NICOLÁS ARTUSI

CAFÉ

DE ETIOPÍA A STARBUCKS: LA HISTORIA SECRETA DE LA BEBIDA MÁS AMADA Y MÁS ODIADA DEL MUNDO

Planeta

Portadilla
Legales
Prólogo

Capítulo 1. El origen del café
- A. El pastor Kaldi y las cabras locas
- B. El barista del Paraíso
- C. El vino árabe: del sólido al líquido
- D. Los *kahve kaneh*: las mujeres afuera
- E. La prohibición del café
- F. El café oriental: el futuro en la taza

Capítulo 2. Las guerras del café
- A. Monopolios y revoluciones
- B. La revolución de la sobriedad
- C. El bautismo del café
- D. La petición de las mujeres
- E. La achicoria de Napoleón: de la ensalada a la taza
- F. La pausa son cinco minutos

Capítulo 3. Las cafeterías en europa
- A. Venecia: el epicentro del comercio
- B. Roma, el arte de beber bien
- C. Londres: la universidad del penique
- D. Holanda: robo para la corona
- E. Francia, el visir y la monarquía
- F. Austria: la fundación mítica del desayuno
- G. Rusia: nostalgia por el hambre de gloria
- H. Alemania: una buena señora sin filtro

Capítulo 4. Cafeína, la droga más popular del mundo
- A. Goethe, el anatomista y el descubrimiento de la cafeína
- B. La cafeína, en el banquillo: “¡culpable!”
- C. Kellogg y el fanatismo de la buena salud
- D. Postum, el archivillano del café
- E. El café es de Marte y el té es de Venus
- F. Coca-Cola y la cafeína: con los chicos, no
- G. Descafeinado: la promesa del sueño tranquilo

H. El cafeísmo, una enfermedad mental

Capítulo 5. El combustible intelectual
A. Escritores y artistas: filosofía de café
B. Un dilema hecho canción: un marido o un café
C. Balzac contra los excitantes modernos
D. Una temporada en el Paraíso cafetero
E. La tiranía del psicoanálisis
F. El *espresso*, la razón de ser italiano

Capítulo 6. Latinoamérica: gloria y desgracia
A. La conquista de América: los piratas del Caribe toman café
B. Los esclavos del café y el azúcar
C. En Brasil, café con aroma de mujer
D. La desgracia es planta resistente
E. No hay café que pueda apagar tanto fuego
F. ¿Juan Valdez toma café de Costa Rica?
G. Un paseo en el Rolls Royce de los cafés
H. En el país de la yerba, jaque mate al café

Capítulo 7. Estados unidos, el país más cafeinizado del mundo
A. Tomar té es una traición a la patria
B. La clase obrera va al paraíso cafetero
C. Washington declara la guerra instantánea
D. Siempre habrá vasos de papel vacíos
E. Cuentos de Navidad, todos los días
F. Un lujo de 5 centavos
G. El *coffee break*, quince minutos eternos de fama
H. Una, y otra, y otra taza de Joe

Capítulo 8. Dictaduras y dictablandas
A. Todos los negros tomamos café
B. La Helada Negra: apocalipsis, ahora
C. El último rey del café
D. La revolución será cafeinizada
E. Una infusión cargada de miseria y de muerte
F. El patrón del bar

Capítulo 9. La tercera ola
A. La pérdida de los jóvenes
B. Starbucks: la ola verde se convierte en un tsunami
C. La cafetería como tercer lugar
D. Un pasaporte con mil sellos
E. ¿Bueno hasta la última gota?
F. La Tercera Ola del café

Epílogo
Bibliografía

CAFÉ

DE ETIOPÍA A STARBUCKS, LA HISTORIA SECRETA
DE LA BEBIDA MÁS AMADA Y ODIADA DEL MUNDO

NICOLÁS ARTUSI

A mis padres, Cristina y Ricardo, por aquellos primeros cafés que forjaron alguna clase de juramento.

PRÓLOGO

Soy un drogadicto.

Con la retórica propia de un grupo de autoayuda, me asumo como narcótico aunque no ya como anónimo: en un obvio intento de alcanzar cierta notoriedad escandalosa, me declaro en público como drogadicto desde los 6 o 7 años, en la confesión que podría conmover a las tías en la sobremesa o hacer sonar las luces rojas en la oficina de un asistente social. Mucho antes de la consagración estilística del *heroin chic*, y cuando algunos de mis compañeritos representaban parodias de oficios nobles, como bombero o superhéroe, yo tenía fantasías de yonki: me oscurecía las ojeras con corcho quemado e imitaba el temblor esperpéntico de un cantor de tango pasado de alcaloides. Desde la escuela primaria tomo la droga más consumida del mundo; a veces, pura; a veces, rebajada: con leche o con azúcar. Mi madre nunca padeció el prurito de privar a sus tres hijos de una saludable dosis de cafeína aunque en mí tuvo un efecto más perdurable que entre mis hermanos. Una prematura epifanía de adulto me animó desde niño a replicar algunos hábitos de los mayores, como leer el diario, escuchar la radio en su amplitud modulada, frecuentar bares de viejos donde se discutiera fuerte por un partido de dominó o tomar café en su preparación más concentrada y veterana, el *espresso*. Pero nunca pude conformarme con un solo pocillo y, si fuera cierto que todo exceso se funda en un placer que el hombre quiere repetir más allá de las leyes ordinarias promulgadas por la naturaleza, al decir de Honoré de Balzac, tardé mucho en comprender que mi afición por el café era una forma de adicción fundada en la repetición casi maníaca de un goce, una adicción acaso menos nociva que otras pero igual de persistente.

Soy un drogadicto. Tomo diez cafés por día.

Ya de adulto, extiendo la mano y me jacto de su quietud imperturbable: ni amagues de temblores. Los viejos sabios árabes hacían pasta de café amasando los granos con bolitas de manteca con la aspiración de conservar la mente activa y, aunque para el descubrimiento de la cafeína como psicoactivo alcaloide del grupo de las xantinas, sólido cristalino y de sabor amargo, faltaran todavía unos cuantos siglos, la intuición les decía a los antiguos que en el líquido oscuro se escondía un estimulante poderoso, una de las medicinas más potentes y formidables del mundo. No tenían la fórmula

(C8H10N4O2) pero conocían bien sus efectos. Si en 1632 el erudito inglés Robert Burton ya sugería el café, “una baya que toman en Turquía, tan negra como el hollín y muy amarga”, como agente de euforia y antídoto contra la depresión en su célebre *Anatomía de la melancolía,* exactamente un siglo más tarde Johann Sebastian Bach dedicaba en la *Cantata del café* los versos más amorosos para su bebida favorita: “¡Ah, cuán dulce sabe! ¡Más cautivador que mil besos, mucho más dulce que el moscatel!”. En las más arcaicas políticas de salud pública se prescribía el café como profilaxis ante el contagio en plena epidemia de la peste bubónica y en los primeros anales de medicina se lo recomendaba con un sinfín de efectos benéficos: “Cierra el orificio del estómago, fortifica el calor interno, ayuda a la digestión, aviva el ánimo, aligera el corazón, es bueno contra el dolor de ojos, la tos, el resfrío, las reumas, la tisis, el dolor de cabeza, la hidropesía, la gota, el escorbuto, la escrófula y muchos otros males”. Una garantía de salud para el hipocondríaco, una promesa para el amargado.

En mis tempranas exigencias como bebedor pude notar que otros como yo repetían la liturgia con la compulsión del ritualismo, el platito, la taza, la cuchara, el vasito. Como medicina, la cafeína provee consuelo al maniático y al racionalista: refuerza la idea de mantener el cerebro en movimiento. Provee un estímulo mental. Extiende las horas de vigilia. Combate la procrastinación porque es la bebida de la eficiencia y el productivismo. Y aunque algunos ávidos bebedores se hayan rendido a la infusión con una fruición casi numerológica, como el obsesivo Ludwig van Beethoven, que hervía su café en una jarra de vidrio pero que no podía tragar el contenido de la taza si no había sido preparada con exactos sesenta granos, toda una legión de fanáticos exige la precisión de otras cifras: el agua a 93 grados o la espuma de mínimos 3 milímetros. El café será el fallido antídoto contra la resaca que provea un padre en la borrachera iniciática de su hijo adolescente o la bebida que acompañará al joven en las noches eternas de estudio o en las tardes abúlicas de la oficina, fugaz remanso ante las exigencias de un jefe tiránico. Inevitablemente, se encontrará en la taza el consuelo de un aroma familiar y si el olor de una magdalena inspiró a Proust para ir en busca del tiempo perdido, el perfume de un café creará una cierta noción de hogar ahí donde se prepare, un chispazo de energía mental en el bloqueo o la crispación.

La cafeína es la droga más consumida del mundo. Y para los adictos, la más poderosa, pródiga fuente de estímulo en su consumo y cruel en su abstinencia. En los arcaicos tiempos de Galeno y otros sabios griegos, la Teoría de los Humores era tan vasta como para explicar los arquetipos de cada persona, según fuera melancólica, colérica, flemática o sanguínea, según prefiriera el otoño, el verano, el invierno o la primavera, la tierra, el fuego, el agua o el aire. Se creía

que la alquimia de los elementos o el equilibrio de los jugos corporales determinaba la salud del hombre y el café fue, para aquellos que sucedieron a Galeno, el responsable de estimular los líquidos o disecar el cuerpo. Hoy, los diarios publican las investigaciones de las más ignotas y remotas universidades extranjeras que concluyen que el café es una droga efectiva contra la depresión. Entonces y ahora, es evidente que actúa sobre el ánimo. Ya desde mi infancia me pude identificar con el primero o con el tercer arquetipo, más somnoliento e indiferente que irascible o esperanzado. Ahora veo que el café, más que un placer efímero, me acercaba al equilibrio; aportaba el temperamento que, en la medianía del día, se me hacía escaso. ¿O era apenas un placebo? En todo caso, después de una taza de café doble no necesitaba atarme una toalla al cuello para sentirme Superman: colérico y sanguíneo por un rato, había encontrado la dosis exacta para el heroísmo.

CAPÍTULO 1

EL ORIGEN DEL CAFÉ

A. EL PASTOR KALDI Y LAS CABRAS LOCAS

B. EL BARISTA DEL PARAÍSO

C. EL VINO ÁRABE: DEL SÓLIDO AL LÍQUIDO

D. LOS *KAHVE KANEH*: LAS MUJERES AFUERA

E. LA PROHIBICIÓN DEL CAFÉ

F. EL CAFÉ ORIENTAL: EL FUTURO EN LA TAZA

A. EL PASTOR KALDI Y LAS CABRAS LOCAS

El origen del café puede ser también el origen de un dicho que cala hondo en el refranero popular de las tías, casi siempre en alusión a una cuñada díscola o una vecina bataclana: “Está más loca que una cabra”. En las rondas vespertinas de mate y La Morenita en la casaquinta de Los Cardales, donde las tardes se eternizaban en el chismorreo acerca del que justo acababa de irse, escuché la frase mil veces: saciados de chapoteos en la pileta que mi abuelo había cavado a pico y pala, atomatados en nariz y hombros por la impía fuerza del sol en una época en que las mujeres de la familia se untaban en sapolán para freírse, los chicos éramos furtivamente admitidos en la mesa de los mayores y servidos con un café con leche, pan de campo y manteca, siempre que nos mantuviéramos sordos (y, sobre todo, mudos) ante el comentario encriptado sobre una prima segunda que, en su moral reprobada, estaba más loca que una cabra. “Que una cabra loca”, remataba mi madre, en su propia tautología de docente. “Loca”, se repetía y los adultos se daban por anoticiados, con el secretismo de lo no dicho pero entendido. Si “loca” era, en los años de mi infancia, la contraseña para calificar a aquella de conducta amatoria irregular o para definir a aquel de sexualidad extravagante, en el origen de los tiempos fue un intento de explicar el errático comportamiento de una cabra, hechizada por los vapores de un amante venenoso: el café.

No existen pruebas científicas ni datos históricos concretos acerca del lugar o la época del descubrimiento del café pero una fundación mítica, propia de una fábula oriental, ubica el momento cero alrededor del año 800 en la antigua tierra de Abisinia, que hoy se conoce como Etiopía, un territorio montañoso del Cuerno de África donde su paupérrimo pero digno pueblo adoptó el cristianismo en forma temprana, aun cuando ninguno de sus vecinos profesaba esa fe. En la sagrada gesta de los tiempos remotos, del otro lado del Mar Rojo y bastante hacia el norte, Moisés había conducido a su gente hacia la libertad. De resonancias bíblicas, Abisinia era el punto de encuentro entre las tribus africanas y los colonos árabes, probablemente: la cuna de la Humanidad. Y del café, porque el hombre y su bebida sagrada nacieron en el mismo lugar. La leyenda habla de un joven pastor, que

además era poeta, y se llamaba Kaldi. Relajado por la lasitud de su temperamento y lo poco exigente de su trabajo, el buen pastor divagaba por las montañas mientras sus cabras retozaban felices en búsqueda de alimento, gozosas en la libertad de su dieta sin restricciones o de su día sin horarios y, al caer la tarde, el muchacho las llamaba con su flauta para regresar al corral, como un Hamelin con anabólicos. Ellas bajaban de las alturas, la jornada laboral se daba por cumplida y todos contentos. Pero un día que se insinuó aciago y se demostró glorioso, las cabras no volvieron. Con una mezcla de preocupación genuina y el desconcierto del que va por la vida ligero de inquietudes y de pronto se topa con una dificultad, Kaldi vaciló pero se internó entre los árboles para buscarlas; aguzó el oído, se dejó guiar por la intuición y, con el hallazgo, se develó ante sus ojos el aquelarre: siempre apacibles hasta entonces, las cabras corrían embravecidas, se daban tumbazos unas contra otras, se erguían sobre las patas traseras y balaban en un éxtasis frenético. Las cabras estaban locas.

En un rapto de imaginación, Kaldi pensó que estarían embrujadas: esos frutos rojizos que comían con voracidad no podían ser más que los venenitos de un arbusto que no había visto nunca. Preocupado por la suerte de su rebaño, comprobó con alivio que las cabras no murieron, más bien lo contrario: si el sueño es una manera de morir todos los días, esa noche las cabras no durmieron. “En la Biblia, ‘muerte’ y ‘sueño’ son palabras intercambiables y siempre se refiere a ellas como instancias divinas”, escribió el autor Blake Butler en su ensayo *Nada, retrato de un insomne* (en la antigua Grecia, el dios del sueño era Hipnos, hijo de Nix, diosa de la noche, y hermano de Tánatos, dios de la muerte, y marido de Pasítea, diosa de la alucinación: todo tiene que ver con todo). A la mañana siguiente, aún con exceso de energía, las cabras volvieron a retozar entre los arbustos y masticar con frenesí las bayas coloradas. Toda gesta fundacional requiere de un adelantado: aquí Kaldi, envalentonado como un Hernán Cortés de las alturas, se animó a probar el fruto prohibido. Acaso en el anhelo de una epifanía, no murió ni se volvió loco: se defraudó al encontrarlo muy amargo. Pero aun en la decepción recogió una canasta de aquellas cerezas raras y, ya de regreso esa tarde, en lidia frenética con las cabras todavía excitadas, entregó los frutos del árbol mágico a los monjes de un monasterio cercano, que coincidieron en lo poco agraciado del gusto y los tiraron al fuego, para desecharlos por intragables: en una elipsis fabulosa, como la del hueso que se eleva en el aire y cae ya transformado en nave espacial, la semilla saltó sobre las llamas, se separó de la pulpa, el grano empezó a tostarse y el aroma del primer café de la historia enloqueció a cabras, hombres y monjes.

Siempre en la búsqueda de estimulantes sobrios que ofrecieran estímulo en las noches de vigilia dedicadas a los diálogos divinos, los monjes adoptaron el café y, en poco tiempo, se extendió por el mundo árabe como la bebida del ardor, intelectual y erótico (un viejo cuento dice que le preguntan a un pastor de Yemen si prefiere amar a una señorita inglesa o a una cabra y él, con lógica irrebatible, contesta: "¿Cómo podría elegir entre ambas si nunca me acosté con una inglesa?"). El espíritu soñador de Kaldi, más poeta que pastor, dio lumbre a un mito milenario, aunque *Wikipedia*, en su enciclopédico afán de precisión, diga que "la historia es probablemente apócrifa", con la insidia de un vecino que devela el inútil destino del pastito para los camellos en una noche de Reyes. El primero en contar la fábula de Kaldi fue el sabio maronita Antoine Faustus Nairon, que fue profesor de lenguas orientales en Roma y que escribió la historia en el ensayo *De saluberrima potione cahue seu cafe nuncupata discursus* ("Discurso sobre la muy saludable bebida café y descripción de sus virtudes", publicado en 1671). Aunque los expertos juren que no existe ningún indicio textual o arqueológico de la existencia del café en la remota Abisinia del siglo IX, el bebedor de espíritu soñador, arrobado ante la fruición del cotorreo, dice: "Quiero creer". Si el mito es un habla, ¿cómo podría mantenerse impasible ante una historia que se cuenta desde hace tantos años, inmóvil frente a la taza que lo conecta con los antepasados remotos? "Un árbol es un árbol. No cabe duda", escribió Roland Barthes en sus celebérrimas *Mitologías*: "Pero un árbol narrado por Minou Drouet deja de ser estrictamente un árbol, es un árbol decorado, adaptado a un determinado consumo, investido de complacencias literarias, de rebuscamientos, de imágenes, en suma, de un uso social que se agrega a la pura materia".

Si un árbol en la voz de una sugerente actriz francesa puede narrar un mundo que excede los límites botánicos de las ramas, las hojas y las flores, el fruto de un arbusto podrá resumir un universo en una taza, al menos para un niño pródigo en ensoñaciones, fanático prematuro de la bebida y las historias bien contadas: en las tardes de la casaquinta, el general de un ejército de soldaditos de plástico o el cabecilla de un barco pirata Playmobil, testigo sordo (y mudo, ¡mudísimo!) de un folclore familiar donde alguna prima se volvía loca siempre que los hombres estaban cabreros.

B. EL BARISTA DEL PARAÍSO

En las horas interminables de los terrores nocturnos infantiles, cuando el sueño me esquivaba por culpa de ese último café después de la cena y los monstruos se insinuaban ominosos desde abajo de la cama, me quedaba quieto envuelto entre las sábanas, siempre tirantes como una mortaja, y hablaba en silencio con Él, que según los dictados de la catequesis vespertina nunca nos dejaba solos. No podía siquiera imaginar, o mucho menos explicar, cómo era que Alguien me escuchaba, pero lo creía: establecía diálogos fantasiosos en los que mi soliloquio era maníaco y cafeinómano; relataba con un detalle minucioso todo (to-do, TODO) lo que había hecho en el día, relato que invariablemente empezaba con la primera micción y el primer café y que, completada la descripción de la jornada y aún no llegado el sueño, volvía a empezar con un nivel mayor de detalle. Si en la primera vuelta el cuento se iniciaba con "tomé un café…", en la segunda decía "agarré la taza, la acerqué a mi boca…" y en la cuarta o quinta era capaz de relatar el milisegundo de una deglución con la precisión de un entomólogo hasta la exasperación del cálculo: con cada ronda de "relato del día" restaba minutos (¡horas!) de sueño, lo que me condenaba a llegar irritado y mal dormido a las 7:20, el calvario de la misa matutina que en el colegio de curas era obligatoria una vez por semana.

Con interés morboso, me intrigaban los paralelismos entre el vino y la sangre de Cristo y, entre los alumnos aún no comulgados, nos reíamos del padre Luis María y sus libaciones: estábamos seguros de que se demoraba más de lo prudente al beber del cáliz y que en la intimidad de la sacristía se empachaba de hostias; más que mojarse los labios con vino dulce suponíamos que, al terminar la misa, se rendía a dormir la mona de una módica borrachera de media mañana, cuyos efectos combatía con una infaltable taza de café hervido que lo acompañaba en su peregrinar por las aulas. Como buen pastor con su rebaño, nos animaba en el tránsito virtuoso por "la viña del Señor", paraíso mítico del que no entendíamos qué era ni adónde quedaba y que él explicaba con el hermético e intrigante: "Es un misterio de la Fe".

En el ranking de las historias bíblicas más repetidas (digamos, los

best sellers de la catequesis infantil que en aquellos años tenían que competir con las hazañas y los milagros de santos contemporáneos, como He-Man o Mazinger Z, por citar solo algunos) estaban la expulsión de Adán y Eva del Paraíso y su condena eterna a ganarse la vida (lo que preanunciaba el calvario de vivir como un asalariado), la horrible y fascinante mutación de la mujer de Lot en estatua de sal como castigo por su curiosidad irrefrenable y el anuncio del arcángel Gabriel a María en lo que nueve meses más tarde se convertiría en el más fabuloso misterio divino. Nada se nos dijo entonces de la función de Gabriel como barista celestial porque recién de adulto pude conocer la leyenda que repitieron cristianos y musulmanes durante siglos: se contaba que el legendario rey Salomón, afligido por una plaga sin cura que estaba diezmando a un poblado de fieles, le pidió consejo al arcángel, siempre voluntarioso en su proximidad al trono de Dios, quien le recomendó que tostara unos granos de café yemení que le devolverían la salud a los enfermos. Y santo remedio.

Mientras la infusión se convertía en la bebida sobria que acompañaba los esfuerzos de vigilia de aquellos consagrados al rezo, una legión de curas, beatos, monjitas, devotos y laicos consagrados encontraban en la taza un guiño divino (ya de grande, convertido en un misionero del café, pude comprobar los esfuerzos titánicos por hallar los orígenes sagrados de la infusión). Alrededor del año 1700, el erudito George Paschius escribió en su ensayo *New Discoveries Made Since the Time of the Ancients* ("Nuevos descubrimientos hechos desde la época de los antiguos") que el café fue uno de los dones que el rey David le dio a Abigail para calmar su ira contra Nabal, según se narra en el Antiguo Testamento (Samuel, 25:18). "Aunque, claramente, 'las cinco medidas de grano seco' mencionadas eran de trigo, no de café", desmitifican los investigadores estadounidenses Bennett Alan Weinberg y Bonnie K. Bealer en su ensayo *El mundo de la cafeína, la ciencia y la cultura en torno a la droga más popular del mundo.* En el libro *The Community Kitchen's Complete Guide to Gourmet Coffee* ("La guía completa del café gourmet de la cocina comunitaria"), el autor John De Mers cuenta que el ministro suizo Pierre Étienne Louis Dumont (1759-1829) ubicaba la presencia del café en las Sagradas Escrituras desde tiempos inmemoriales, mucho antes de aquel fundacional año 800, como cuando Esaú vendió su primogenitura (lo que implicaba renunciar a su herencia y su patriarcado) por un plato de granos, que no serían lentejas sino café en lo que habría sido el renunciamiento más oneroso de la historia, o como cuando Booz permitió que su futura esposa Rut recogieras los granos secos (sí, de café).

Si en la soledad de mi habitación de niño cada noche de insomnio renové mi esperanza de escuchar una respuesta de Él, en las vigilias

de mi adultez dejé volar mis devaneos con la imagen de Gabriel acodado en la barra del Cielo, con la solícita vocación cafetera de un mozo de los de antes en un bar de viejos, atento en el consejo y diestro en el despacho del *espresso*: ahí donde una leyenda del Islam haya contado que el arcángel sacó a Mahoma de un letargo insano, devolviéndole la salud y la virilidad con “una bebida tan oscura como la Gran Piedra negra que hay en La Meca”, poción mágica gracias a la cual el Profeta se sintió con el vigor suficiente como para domar a cuarenta caballos y poseer a cuarenta mujeres, con cada bostezo fantaseo con entrar, hacer un guiño y pedir “lo de siempre” en la botica del ángel.

C. EL VINO ÁRABE: DEL SÓLIDO AL LÍQUIDO

La transformación del sólido al líquido fue uno de esos momentos epifánicos que regala la historia cuando desploma una manzana sobre la cabeza de un físico o cuando un árabe inspirado le agrega agua caliente a la albóndiga que masticaba para la merienda, creando de manera accidental la infusión que, siglos más tarde, se convertiría en la segunda bebida más consumida del mundo. ¡Eureka! En la prehistoria del café, el noble fruto del cafeto no se bebía: se comía, en un rotundo desafío a las dentaduras más trémulas. Ya advertidos de sus propiedades estimulantes, los antiguos mezclaban los granos verdes con manteca, los amasaban, les daban forma de bolitas y los engullían como colación energizante en las tardes aciagas o las noches en vela que los peregrinos pasaban abúlicos en sus viajes al desierto. Los alquimistas manipulaban el café con la didáctica escolar que nos enseñó los tres estados posibles del agua: sólido, líquido, ¿gaseoso? "El café es licor sobrio y poderosamente cerebral que, muy al contrario de los espirituosos, agudiza el discernimiento y la lucidez. Suprime la vaga y tosca poesía de los vapores emitidos por la imaginación y, a partir de una realidad neta, hace brotar el destello de la verdad", escribió el célebre historiador francés Jules Michelet (1798-1874) y le puso prosa poética a la ambición ancestral: iluminar las oscuridades de la mente. Si en una aldea poblada por irreductibles galos, el druida Panoramix guardaba en una marmita la fórmula secreta con la poción mágica que otorgaba energía sobrehumana a Asterix, Obelix y sus vecinos, la receta más antigua del café procuraba conseguir cerebros superpoderosos.

Después de su descubrimiento fortuito en las tierras de Abisinia con el pastor Kaldi como adelantado, el café cruzó las aguas del Mar Rojo en una gesta de ribetes bíblicos y, con los colonos etíopes que gobernaron Yemen durante medio siglo en los tiempos remotos, las plantaciones de cafetos se multiplicaron entre los árabes, que alumbraron las técnicas de tostado y se convirtieron en fanáticos de la bebida. A ellos les debemos, además del desarrollo de las matemáticas y la definición del número cero como concepto, la adopción del café como bebida intelectual y hasta su nombre: lo llamaron *qahwa*. La palabra árabe significa "vino" y de ella deriva "café". Durante muchos

siglos, en estricta observancia de la prohibición etílica del Corán, el café se permitía entre los fieles, aunque con recelos, y se conocía como “el vino árabe”.

Ahí donde el vino es considerado la “bebida tótem” para los franceses, como la insulsa leche de vaca para los holandeses o el té ceremonial para los ingleses, el café fue el emblema líquido para los árabes. Dice Roland Barthes: “A través del vino, el intelectual se aproxima a una virilidad natural y por ese camino imagina escapar de la maldición que un siglo y medio de romanticismo continúa haciendo pesar sobre la cerebralidad pura”. Acaso como anticipo de la analogía, los monjes sufíes de Arabia tomaban el café como una bebida intelectual, en ceremonias religiosas que tenían la liturgia que hoy se le dedica a la ingesta del ayahuasca, guiadas por un derviche que, con la túnica blanca, el chal negro y el fez en su hábito de chamán, conducía al bebedor en el viaje por los entresijos de la mente. Si una bebida energizante moderna construyó su mitología publicitaria al afirmar que su mezcla de cafeína y taurina “te da alas” para la supervivencia en una fiesta de música electrónica, algunos lingüistas hallaron otra etimología del café en un tributo al rey persa Kavus Kai, que según la tradición fue elevado al Cielo en un carro alado: entonces y ahora, el vino árabe era utilizado para desembriagar la cabeza y llevar el pensamiento hasta mayores niveles de lucidez.

El berretín de los árabes por el café llega hasta estos días no solo en el relato de la épica de los antiguos, también en los manuales de botánica: “arábica” se llama una de los dos especies dominantes del cafeto que se plantan en el mundo, el fruto de la *coffea arabica*, un arbusto frágil del que procede el 75% del café gourmet, con plantas que crecen a gran altura, delicadas ante el ataque de las plagas, los parásitos o el hielo, y frutos que maduran con lentitud. Un camino a La Meca para los entendidos: los cafés arábicos gozan de granos más complejos, con sabores y aromas perfumados que van desde el chocolate hasta las flores y una menor cantidad de cafeína, el alcaloide que le quita el sueño a medio mundo. La otra especie es la “robusta”, el fruto de la *coffea canephora*, la planta que, como sugiere su nombre, es más resistente a las enfermedades, crece a menos altura y ofrece una bebida más fuerte y tónica, con menos matices (destino final: el café instantáneo, el jugo de petróleo que sirven en una estación de servicio o algunas mezclas para *espresso* porque promueve la formación de la espuma). La robusta tiene el doble de cafeína y hace sentir la influencia del tanino, el ácido de sabor amargo y astringente del que también goza el vino. Si en los hogares menos prejuiciosos la prescripción de la abuela era una copita de tinto tibio para aliviar los catarros de los niños, el vino árabe (¡el café!) fue el remedio secreto para aliviar los males del alma, la cabeza y el cuerpo.

Ya en el siglo X, el médico árabe Rhazes (852-932) fue el primero en publicar los efectos positivos de la bebida sobre la salud en su libro perdido *Al Hawi* ("El continente"): con el secretismo quimérico de un alquimista, su enciclopedia de 23 volúmenes (¡diez de ellos escritos a mano en latín!) compilaba el saber griego, árabe, indio y chino sobre la medicina y allí se cree que repartía elogios para una planta llamada *bunn* y la bebida derivada de ella, a la que denominaba como *buncham*. Si es cierto que el vino es jugo de sol y tierra, por lo cual su naturaleza es más seca que húmeda, Rhazes también definía el café como "un líquido caliente y seco que es muy bueno para el estómago". Pero el punto de inflexión fue la publicación de *El canon de la medicina*, que el célebre Avicena (980-1037) escribió a principios del siglo XI en las remotas tierras de lo que hoy es Uzbequistán, un vademécum para preparar drogas milenarias donde se reseñan 760 sustancias entre las cuales está, claro, el café: "Es caliente y seco en primer grado y, según otros, frío en primer grado. Tonifica los miembros, limpia la piel y seca la humedad bajo ella y da un aroma excelente a todo el cuerpo". En realidad, Avicena era el seudónimo de Abú Alí al-Husain Ibn Adbullah Ibn Sina, autor de más de 450 libros y precoz dueño del don para curar el mal de su sultán cuando solo tenía 17 años. En recompensa se le permitió el acceso a la biblioteca real que compilaba los saberes ancestrales de la Humanidad y se lo premió con un cargo vitalicio en la corte, que le daba acceso irrestricto a los salones y los divanes donde los sultanes se entregaban al goce de sus libaciones: no vino, café.

Para entonces, el sólido ya había concluido su tránsito al estado líquido. "Si con arte se prepara, con arte se ha de beber", decía Abdel Kader, emir de Argelia, remarcando con insistencia el infinitivo del verbo: "beber". En su nueva presentación líquida, el café padecía un inesperado contratiempo. "¡*Khair inshallah*!", gritaban los árabes cada vez que se volcaba una taza o se derramaba una cafetera, lo cual podría traducirse como "¡buen presagio!". Por todo el mundo árabe se multiplicaban los *kahve kaneh*, o cafeterías, y las entrepiernas ardidas de los parroquianos por la torpeza de un sirviente eran el resultado de accidentes frecuentes que, aun en la quemazón, se interpretaban como una señal de buena suerte. En el libro *Adventures in Arabia* ("Aventuras en Arabia"), escrito por el explorador ocultista William Buehler Seabrook en 1927, se observa que los beduinos conservan desde tiempos inmemoriales el menú fijo de dátiles, pan, leche y café. Pero también se cuenta la maldición que se extiende entre los drusos, los nómades que seguían los dictados de Alá a través del desierto: "Si un druso llega a mostrar cobardía en la batalla, no se le reprocha pero, la vez siguiente, los guerreros se sientan en círculo y se sirve café; el anfitrión se sienta junto a él y le sirve igual que a los otros, pero al

pasarle la taza derrama deliberadamente el café sobre la túnica del cobarde, lo cual equivale a una sentencia de muerte. En la siguiente batalla, se obliga al hombre no solo a pelear con valentía sino a ofrecerse a las balas o las espadas del enemigo. Sin importar con cuánto coraje pelee, no debe volver vivo. Si no muere, toda su familia caerá en desgracia". Ya con la infusión trasmutada en bebida sagrada y el grano admirado como el "oro negro", volcar el café a propósito era una sentencia de muerte.

D. LOS *KAHVE KANEH*: LAS MUJERES AFUERA

Siempre condenado a la "mesa de los chicos", desinteresado en las anécdotas escolares o deportivas de la cháchara infantil, el niño-adulto codicia estar en el lugar donde no es admitido: la mesa de los mayores. Una prematura aunque vacua noción de justicia lo llevará a rebelarse contra aquellos lugares que restrinjan el acceso sin motivos razonables (ya de adolescente, predicará entre sus compañeros el boicot a las discotecas con puertas custodiadas por patovicas que rebotan a los menos enterados; de adulto, encarará cualquier puerta con "actitud de dueño", expresión copiada con muchísima menos armonía facial del personaje de Leonardo Di Caprio en la película *Atrápame si puedes*: arrogancia y seguridad para intimidar a quienes deberían intimidarnos, los porteros; funciona). Como bebedor precoz se le hace inconcebible la idea de que, en sus orígenes, el café estuviera vedado a las mujeres. A fines del siglo XV, los peregrinos musulmanes habían repartido el grano por el norte de África, Persia, Turquía y Egipto, donde las familias pudientes reservaban una habitación de sus casas para la ceremonia del café y los hombres de a pie se reunían en los *kahve kaneh*, el neanderthal de las cafeterías modernas y un lugar de acceso restringido: "Solo para caballeros".

"La teoría más aceptada es que el café comenzó a consumirse algunos siglos después del surgimiento del Islam. La mayoría de los occidentales asocian Islam con terrorismo, fanáticos barbudos y angustiosa falta de papel higiénico. Esto es a la vez tonto y verdadero. El Islam es una religión hermosa. Por supuesto, no es perfecta. Cualquier religión que insista en que la mitad de la especie humana tenga que caminar con bolsas en la cabeza resulta cuestionable", escribió el periodista californiano Stewart Lee Allen en *La taza del diablo*, su crónica personal como explorador en la búsqueda de los orígenes del café como fuerza impulsora de la historia: "En su época de auge, el Islam representó la máxima gloria de la raza humana. Mientras los cristianos europeos estaban sumidos en la Edad Media, los musulmanes estudiaron a Aristóteles, inventaron el álgebra y crearon una de las civilizaciones históricamente más elegantes de cuantas haya habido". Aquellos cónclaves cafeteros de los sufíes, conducidos por un chamán, se popularizaron entre los pueblos árabes

y se convirtieron en ceremonias paganas más ligadas al ocio dionisíaco que al rezo. Algunos interpretaban que el Corán, en sus herméticos textos repletos de mandatos, también prohibía la infusión porque incitaba a los hombres a caer en el *marqaha*, algo así como la euforia que provoca la cafeína, en cabras y en personas. Pero los heterodoxos defendieron el café con la convicción de un fanático.

Sin mozos de casaca blanca ni autoservicios con vasos de papel, la primera cafetería moderna de la historia se llamó Kiva Han, abrió sus puertas en el año 1475 y estuvo emplazada en el centro de Constantinopla, antigua capital de los imperios romano, bizantino, latino y otomano, la bisagra entre Occidente y Oriente, hoy Estambul. El historiador William Harrison Ukers pudo encontrar una cafetería más antigua, pero anónima: en su libro *All About Coffee* ("Todo sobre el café"), publicado en 1922 después de una exploración por Turquía y Medio Oriente, dice que ya había alguna en La Meca para el 1400. Sea como fuere, los *kahve kaneh* eran cotos privados para los señores de la época que, a la manera del Jockey Club porteño, reunían a funcionarios, oligarcas y terratenientes que, entre divanes y tapices suntuosos, discutían sobre los asuntos del mundo; por lo menos, del mundo conocido hasta entonces. "Los ociosos se congregaban para beber café, para jugar al ajedrez, para discutir las noticias del día y para entretenerse cantando y bailando, en contra de las rígidas costumbres de los musulmanes, que estaban escandalizados por semejantes actuaciones", escribió Ukers. El cuadro *Coffee-house by the Ortaköy Mosque in Constantinople*, que el artista ruso Ivan Constantinovich Alvazovsky pintó al óleo en 1846 se regodea con el aquelarre: recostados sobre divanes, diez hombres de turbante, túnica y fez se reúnen en torno a la cafetera que se calentaba con lámparas de alcohol y de espaldas a la mezquita, entregados a la lasitud del que tiene una tarde ociosa por delante. El gesto impasible los delata: no tienen apuro. Hedonismo cafetero reservado para el encuentro con "los muchachos", con la misma rutina de un abuelo que, en un maravilloso FF.WW. a través del tiempo y la geografía, se junta con los vecinos para jugar al dominó en el club El Trébol de Parque Chas.

En sus inicios, el café fue un ritual masculino (más adelante se discutirá la vieja rivalidad con el té, una bebida femenina): si en la Revolución Industrial las cafeteras representaron un desafío mecánico para los "tuerquitas", en los tiempos matemáticos del Islam fue la bebida de los hombres, amos y señores de la discusión sobre los asuntos públicos. Ya desde entonces el café se asumió como bebida antierótica: iniciática en la cerrazón de la cofradía, estimula la lucidez en la solución de problemas, despierta la mente para el juego de ingenio, provee un aliciente para la discusión intelectual o suaviza la charla en los momentos previos del trago amargo; la novia melindrosa

o el empleado atribulado supondrán que se insinúan problemas cuando el novio díscolo o el jefe tiránico propongan: “¿Tomamos un café?”.

Para el año 1510, las cafeterías ya se habían expandido desde el norte de África hasta El Cairo y La Meca, las grandes capitales islámicas, y el berretín por la infusión se extendió a todas las clases sociales hasta que, para 1570, había más de seiscientas en Constantinopla, “como nosotros tenemos tabernas”, según comparó el historiador francés Monradgea D’Ohsson en su historia enciclopédica del pueblo otomano. “El café se vendía en tres tipos de establecimientos: puestos, tiendas y casas de café”, distinguen Bennett Alan Weinberg y Bonnie K. Bealer en *El mundo de la cafeína*: “Los puestos de café eran unas diminutas casetas, situadas por lo general en el barrio comercial, que ofrecían servicio para llevar: era típico que los mercaderes enviaran mensajeros a tomar los pedidos. Las tiendas de café, comunes en Egipto, Siria y Turquía, eran instalaciones en los vecindarios que combinaban la venta para llevar y una pequeña área con mesas, frecuentemente al aire libre, para los conversadores. Las casas de café eran los establecimientos de primera calidad, situados en los barrios exclusivos de las grandes ciudades, y ofrecían mobiliario elegante, instrumentistas, cantantes y bailarinas, a menudo en un ambiente de jardines con fuentes y mesas a la sombra de los árboles”. El jolgorio era completo: los más fieles intérpretes de las Sagradas Escrituras consideraban la música tan embriagante como el vino y pronto triunfaron en su exigencia: que las cantantes practicaran su arte detrás de un biombo porque su sola presencia podría estimular los instintos más bajos de la concurrencia. Como sucede todavía hoy, se empieza por prohibir algo para terminar prohibiendo todo: aunque en El Cairo se dispuso una cláusula matrimonial que obligaba a los maridos, entre sus deberes conyugales, a asegurar la provisión de café a su esposa en cantidades abundantes, las cafeterías prohibieron el acceso de las mujeres durante años. Décadas, ¡siglos! Así se empezó a beber café en las casas, donde las señoras mejoraron las técnicas de preparación y a la espesa infusión turca le añadieron azúcar y especias, como el cardamomo, la canela y los clavos.

“En Egipto, Siria y Arabia, la distracción preferida de la gente de cualquier clase superior a las más bajas es pasar la tarde en una casa de café pública, donde oyen a los músicos, cantantes y cuentistas que frecuentan esas casas para ganarse una insignificancia mediante el ejercicio de su arte respectivo”: así describió el cartógrafo alemán Carston Niebuhr las costumbres de aquellos bárbaros en su célebre *Travels through Arabia and Other Countries in the East* (“Viajes a través de Arabia y otros países orientales”), publicado en 1792. Cuando la discusión de los asuntos públicos no se agotaba en la fugacidad de un

timeline ni se medía en cantidad de *followers*, las cafeterías árabes fueron los primeros foros de debate ciudadano, una institución social que llegó a la Inglaterra del siglo XVIII, cuando a los bares se los conoció como "las universidades del penique", porque por una moneda cualquier parroquiano podía aprender las asignaturas de la vida, o a nuestra avenida Corrientes de la década del '60, donde el Café La Paz reunía a sabihondos y suicidas, mucho antes de ser colonizado por el monstruo voraz de la modernidad: el kiosco 24 horas. "La casa de café llegó a ser, a falta de periódicos, el lugar donde la gente se reunía para enterarse y discutir sobre los últimos acontecimientos sociales y políticos", escribieron Weinberg y Bealer. Para un niño precoz en su voracidad informativa, prematuro en la lectura de los diarios aunque vedado a la discusión de actualidad, un lugar sagrado y una obsesión: aún confuso sobre los atributos de la masculinidad, el lugar donde había que estar, la ilusión de sentirse todo un hombre.

E. LA PROHIBICIÓN DEL CAFÉ

"EN ESTE PAÍS NO EXISTE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN": el brulote, así en mayúsculas, lo que en la convención gráfica significa gritar, se publica como tira cómica del periódico de un país donde se dice que no existe la libertad de expresión. El negro sobre blanco de la tinta en el papel de diario confirma la paradoja y el absurdo del que grita que no lo dejan gritar. En la antigua Arabia, los *kahve kaneh* eran los foros de discusión donde el ciudadano debatía la actualidad, una cronología de Twitter en vivo, sin la exigencia de expresarse en 140 caracteres, o menos, y con el placer de lo corpóreo: el café corría de a litros. Si el furor de las cafeterías en el Islam tuvo algo de *Las bacantes*, la tragedia de Eurípides donde se narra el consumo de vino como culto dionisíaco, un jefe de policía obtuso, rígido en sus convicciones de censor, encontró en el grano un vicio probable y sus informantes le soplaron que allí mismo, en las cafeterías, los parroquianos ridiculizaban su moral severa y se burlaban de su estampa como rigorista. Así como sea tan falso que muerto el perro se acaba la rabia, o que no hay libertad de expresión donde se pueda denunciar a gritos, el policía, con la autoridad esperpéntica del comisario litoraleño de Trulalá, decidió que la manera de evitar los comentarios burlones era prohibiendo el café: "¡Marche preso, desacatáu!".

La efeméride cafetera recuerda el día de la infamia: el 20 de junio de 1511, Kha'ir Beg, jefe de policía de La Meca, prohibió el café. Ya tenía inquina contra la bebida desde el día en que había visto, a la salida de una mezquita, a un grupo de hombres compartiendo una taza, con la fruición clandestina con la que se pasarían una copa de vino, bebida prohibida por el Islam. Pronto descubrió que los comentarios satíricos referidos a su gestión habían nacido en los *kahve kaneh*. Joven e inexperto, pero firme en su deber autoimpuesto como faro moral de una ciudad legendaria, el comisario había sido nombrado por Kansuh al-Ghawri, sultán de El Cairo; más sultanista que el sultán, interpretó en las ironías políticas de los parroquianos un posible foco de sedición. Por eso decidió convocar a un cónclave de eruditos para encontrar argumentos que lo ayudaran a prohibir la bebida: del sínodo de expertos finalmente salió humo negro. Dos médicos persas, amañados con el funcionario mediopelo, confirmaron

los peores diagnósticos sobre el café, del que dijeron que era una sustancia tan embriagante como el alcohol y que debía ser prohibido. Y como en las misas televisivas de los pastores brasileños, donde una multitud de fieles atribulados exhiben el rosario de sus miserias antes de ser alumbrados por la palabra divina o abrigados por el manto de la descarga, una legión de bebedores arrepentidos contaron las penurias que les provocó la infusión (la más leve, insomnio; la más grave, ¡borrachera!), en el primer juicio público de la historia al café. Veredicto: culpable.

La orden fue de ejecución inmediata: todo café en grano sería confiscado y quemado, toda cafetería de La Meca sería clausurada. La discusión era también un debate sobre religión y la manera de interpretarla: los más permisivos creían que era bueno todo aquello creado por Alá a menos que el Corán lo prohibiera expresamente; los más restrictivos exigían extender las prohibiciones del Corán aun hasta los casos más dudosos, para limitar las posibilidades de una transgresión involuntaria. Si es cierto que no hace falta más que prohibir algo para aumentar el deseo por esa cosa, el café se convirtió en un placer tan secreto como el alcohol en tiempos de la Ley Seca: cuatrocientos años antes, el policía Kha'ir Beg tuvo la misma inspiración del senador yanqui Andrew Volstead, autor de la ley homónima que a partir del 31 de diciembre de 1919 prohibió el licor en toda la amplísima extensión de los Estados Unidos de América, un viaje a secas que estimuló la creatividad de los contrabandistas para asegurar los despachos de licor de costa a costa y creó el *speakeasy* como fenómeno social: el "bar secreto" cuya dirección circula solo de boca a oreja entre entendidos, un antro escondido en los fondos de una barbería o detrás de la heladera de una pescadería para rendirse a las libaciones con el espíritu clandestino y romántico de una épica prohibida. "Esta noche, un minuto después de las doce, nacerá una nueva nación", había prometido el senador Volstead en el Año Nuevo de 1919, pero sus palabras proféticas podrían haber sido las de Kha'ir Beg. Si la Ley Seca estadounidense aportó combustible narrativo para un sinfín de películas sobre la mafia y duró trece años, la Ley Seca árabe no llegó a su primer aniversario: por absurda y dislocada, fue revocada por el mismo sultán de El Cairo que había nombrado en su puesto al comisario, en un ninguneo formidable a su autoridad. El estricto Beg renunció, las cafeterías reabrieron y, como prueba testigo de la libertad de expresión reafirmada, la sátira política hizo del comisario su personaje favorito. La tragedia para el cafetero mutó en farsa.

Con menor o mayor éxito en la censura, el café fue prohibido otra vez en La Meca en 1525, en El Cairo en 1539 y en Constantinopla en 1580, cuando el sultán Murat II, un archivillano de turbante que

parecía escapado de *Aladdin*, ordenó que las cafeterías fueran clausuradas por considerarlas "madrigueras de la revolución". En *La taza del diablo*, el periodista Stewart Lee Allen escribió: "Su campaña contra el café fue la primera cruzada secular contra la bebida, distinta a las acciones religiosas de antaño, y quizás la primera acción prohibicionista de una sustancia alteradora de la mente realizada en la historia por motivos políticos". Aun cuando la muerte de Murat por intoxicación etílica haya reabierto las cafeterías, el noble producto del cafeto ya estaba manchado por la desconfianza de los tiranos que encontraban en una taza la fuerza para expresarse con libertad. En 1675, el rey Carlos II de Inglaterra mandó a cerrar todas las cafeterías porque estimulaban las discusiones efusivas sobre las atribuciones de la monarquía. Y en 1777, el déspota Federico el Grande se propuso eliminar el café del último rincón de sus dominios por todo el reino de Prusia: "Es muy desagradable darse cuenta del aumento del consumo del café entre mis súbditos", se lamentó con la pompa de un monarca aflautado: "Muchas batallas las pelearon y ganaron soldados alimentados con cerveza. El rey no cree que los soldados que beban café sean de fiar".

F. EL CAFÉ ORIENTAL: EL FUTURO EN LA TAZA

"Tiene el pelo oscuro pero ahora está canoso, usa barba y es parecido a tal, ¿no?": mira la taza, me mira, la miro, vuelve a mirar la taza, me mira y, en la observación de la borra del café que acabo de tomar encuentra el rostro de mi padre, a quien ella no vio nunca aunque lo describa con la exactitud imprecisa de una profecía. Discreta, espera en una mesita apartada de la planta baja de un populoso restaurante árabe de Villa Crespo; es la pitonisa que encontrará una visión del futuro en la taza de los comensales que se acerquen, de los trémulos que se animen a cambio de una "colaboración a voluntad": ella continúa la tradición de los derviches sufíes y de los visires turcos, que hace mil años vaticinaban el mañana de plebeyos y señores, anticipando bodas o funerales, delatando a los amigos o a los traidores. "En materia de instrumentos mecánicos destinados a la explotación de los placeres, los orientales son muy superiores a los europeos: su genio –observador a la manera de los sapos, que permanecen años en sus agujeros, con sus ojos de oro fijos, como dos soles, en la naturaleza– les ha revelado por la acción aquello que la ciencia demuestra mediante análisis", escribió Honoré de Balzac. El café a la turca, al que la corrección política ahora define con el más inclusivo "oriental" para no ofender a ninguna de las etnias que pueblan el lado Este del mundo, advertirá del futuro a quien sepa interpretar sus señales con astucia, como la pitonisa de Villa Crespo que se debate, aliviada o pesarosa, entre los símbolos que dibuja el poso del café en la taza ya vacía porque algunos serán, como la bebida, dulces; y otros, amargos: varias cruces revelan una vejez pacífica y la figura de una flecha, malos augurios para la familia.

En los antiguos *kahve kaneh* que se repartían por las enormes extensiones árabes, los gurúes de genio observador ofrecían un servicio adicional en la lectura de la borra del café como anticipo del futuro y ese saber se transmitió entre generaciones hasta hoy, en ejercicio de una técnica que se conoce como "cafeomancia". Como una tradición ancestral oriental (todo un rito cuando se prepara en ocasiones especiales, como el día en que un hombre pide la mano de una mujer), este café se cocina en el *cezve* o *ibrik*, una cacerolita de cobre o latón con el interior de estaño, más ancha en la base que en la

boca y con un asa para servir la bebida. En su revelador libro *Aprenda a leer la borra del café*, la experta Nacira Z. Yasid comparte el secreto con el didactismo de una revista femenina anárquica, donde las recetas de cocina se publican en la página del horóscopo: coloque el *cesve* con agua fría sobre la hornalla, a fuego suave; cuando rompa el hervor, agregue una cucharadita de azúcar y otra de café por taza de agua; continúe con el hervor apenas unos segundos y revuelva con cuchara de madera en sentido contrario a las agujas del reloj; deje enfriar para que el poso se asiente; repita, hierva el café por segunda y tercera vez, vierta el líquido en un pocillo pequeño. Anímese.

Un protocolo de la infusión oriental dirá que el café que sale sin espuma está, inevitablemente, mal preparado. Es denso, oscuro y espeso como ninguno (para el sugestionable: que no interprete esto como un mal agüero). El ritual de la adivinación exige un ambiente relajado, en un clima que refleje armonía y distensión. En su manual para adivinadores ("el consultante debe encontrar en usted a una persona que le hable en tono suave, pausado y dispuesta a escucharlo"), la señora Yasid asigna tanta importancia a la puesta en escena del ritual como a la interpretación porque la adivinación siempre es un acto de fe y para eso es necesaria una liturgia. "Vertemos el café en pequeñas tazas, cuidando de que la borra caiga en su interior. Dejamos reposar unos segundos y luego el consultante deberá beberlo lentamente, concentrándose en el motivo de su consulta. Luego, dejando un mínimo resto de líquido (lo suficiente para que el poso no se apelmace) el consultante deberá dar vuelta la taza sobre el platito y girarla siete veces en el sentido contrario a las agujas del reloj. Finalmente, regresará la taza a su posición normal, secando el borde con una servilleta o papel absorbente. La cederá entonces a quien realice la interpretación. El asa del pocillo deberá señalar a la persona que esté a cargo de la lectura". El trazo que sugiera la silueta de una linterna dirá que ahí hay sinceridad; el que dibuje una columna, que se avecinan provechosas oportunidades.

Como prueba de su pericia y promesa de confianza, la pitonisa dirá algunas cosas precisas sobre el pasado antes de aventurarse en el futuro. Quiero creer. Ahí donde todos los símbolos que se presenten a la izquierda de la taza correspondan a sucesos del ayer ("¿fuiste a una escuela católica?") y todos los que se presenten a la derecha a sucesos del mañana ("vas a cambiar de trabajo"), los dibujos que estén sobre el borde del pocillo corresponderán al presente. Creo. Su habilidad retórica expresa los dichos sobre el pasado en tono interrogativo; los del futuro, en afirmativo. Es una orden del destino de inevitable cumplimiento. Si la astrología es, ante todo, una escuela de voluntad, como definió Barthes en sus *Mitologías*, la cafeomancia es más una apertura al ensueño que un espejo de la realidad: la mancha se

despliega y abre sus alas como una mariposa empetrolada en el fondo del pocillo y allí el observador encontrará trazos imprecisos en los que verá una abeja, como augurio indudable del inminente éxito económico, o un sombrero, como admonitoria prevención ante una decisión errónea. La taza de porcelana, manchada por el desparramo, es el lienzo blanco sobre el que se dibuja una versión primitiva del Test de Rorschach, donde el método proyectivo ya no se proponga hacer un diagnóstico psicológico de la personalidad sino inferir cómo será el futuro, si fuera cierto que el futuro se lo construye uno mismo.

"Es parecido a tal", concluye la pitonisa de Villa Crespo, encontrando en las facciones del famoso un rostro con el que pueda identificar a mi padre. Las tradiciones ancestrales se actualizan con la lógica del *star-system* y lo que empieza como un ritual esotérico termina como un repaso a la vidriera de los personajes de la revista *Caras*. Hace quinientos años, en un *kahve kaneh* de Constantinopla, un derviche pudo haber comparado el rostro del padre de un consultante impresionable con el de un visir o el de un sultán. En algún caso, después de haber hervido tres veces el café, después de haber dado vuelta el pocillo sobre el platito y de girarlo siete veces, después de haberlo devuelto a su posición normal y de interpretar los dibujos, el acto de brujería habría dado una respuesta positiva al eterno dilema de creer o reventar (¡creer!) si hubiera predicho que aquel líquido oscuro e inocente causaría guerras y revoluciones y que la pieza de porcelana, aun en su blancura angelical, sería la mismísima taza del diablo.

CAPÍTULO 2

LAS GUERRAS DEL CAFÉ

A. MONOPOLIOS Y REVOLUCIONES

B. LA REVOLUCIÓN DE LA SOBRIEDAD

C. EL BAUTISMO DEL CAFÉ

D. LA PETICIÓN DE LAS MUJERES

E. LA ACHICORIA DE NAPOLEÓN: DE LA ENSALADA A LA TAZA

F. LA PAUSA SON CINCO MINUTOS

A. MONOPOLIOS Y REVOLUCIONES

En Moca, los cafeinómanos adictos que se privaban de beber, o masticar, su ración diaria eran poseídos por un espíritu diabólico llamado Katou. En Moca, un profeta sufí inspirado por el arcángel Gabriel habría preparado la primera taza de la historia. En Moca, se comía un guiso de granos de café crudos, hojas y cardamomo y, en el muelle, se levantaba una hilera de palacios sobre la basura donde los esclavos abanicaban a sus señores para su alivio del bochorno. "La moderna Moca es la ciudad más sucia, infernal e invadida de moscas que vi en mi vida", describió Stewart Lee Allen en *La taza del diablo*: "Hombres harapientos con los pies ennegrecidos de petróleo holgazaneaban apoyados en motocicletas en forma de picos de buitres que hacían las veces de taxi. Había unas cuantas cafeterías con olor a pescado y un hotel o *funduq* con treinta hombres apiñados en un cuarto". Todos los viajeros tienen recuerdos poco felices de la ciudad y hace cuatrocientos años era todavía más fétida: si para 1625 era un lugar "con poca reputación y comercio", según los diarios del explorador jesuita Jerónimo Lobo, aun entre tanta infamia tuvo su pico de fama: su puerto fue el principal mercado de café del mundo entre los siglos XV y XVII, un imperio ruinoso donde los barones del tráfico controlaban la oferta ante la demanda y especulaban con el síndrome de abstinencia. En Moca, la ciudad portuaria de Yemen sobre el Mar Rojo cuyo nombre deriva del árabe Al-Mukha, el infierno y la gloria convivían alrededor de una taza.

La historia del café es la historia de la conquista, la colonización y el monopolio.

Para el año 1536, los otomanos habían ocupado Yemen y el café era uno de sus principales productos de exportación, que se despachaba desde Moca hacia otras capitales islámicas y hasta Marsella o Venecia, los primeros puertos europeos ávidos de los berretines orientales, ahí donde los *early adopters*, aquellos que consumen antes que ninguno las novedades (hoy, un teléfono inteligente; ayer, una delicia árabe) al principio lo despreciaban por ser "negro como el hollín" pero al poco tiempo terminaron rindiéndose ante sus encantos. Muy hábiles en el comercio, y ya convencidos de las infinitas posibilidades lucrativas de manejar una

corporación hegemónica monopólica, los otomanos vendían los granos verdes o tostados, pero jamás la planta de café, para evitar su reproducción afuera de sus dominios: todavía no se sabía que el cafeto es tan mañoso que solo crece entre los trópicos, en un cinturón imaginario que rodea el Ecuador, y ellos eran los dueños del café en el mundo pero les preocupaba que les pudieran robar su lucrativo negocio: si una mitología del espionaje industrial en el siglo XX se propuso obtener para copiar, siempre sin éxito, la fórmula de la Coca-Cola, el cultivo del café era un misterio para quienes querían plantar el arbusto en otras zonas como competencia. "Las únicas semillas que salían del país eran remojadas previamente en agua hirviendo o parcialmente tostadas para evitar su germinación", escribió Mark Pendergrast en su libro de investigación *El café, historia de la semilla que cambió el mundo.* Y concluyó: "Estas precauciones fueron burladas, por supuesto".

En su viaje de iniciación por el mundo, el café primero llegó hasta la India: un peregrino musulmán de turbante y daga en la cintura, que el folclore bautizó como Baba Budán (desconfío de este nombre improbable: parece el de uno de los malos de *Titanes en el ring*) sacó siete semillas de contrabando y las plantó con éxito en la región montañosa de Mysore. Pero los auténticos enemigos de los turcos fueron los holandeses, que por entonces competían con los portugueses en el dominio de los mares. A principios del 1600, con las pícaras artes del que es rápido para los negocios, y aún más con las espadas, un marino llamado Nicolás Witten logró transportar un cafeto desde el polvoriento puerto de Moca hasta los territorios que Holanda dominaba en el sudeste asiático y que, por la estrechez del planisferio, se conocían como las Indias Orientales: Ceilán, Sumatra, Célebes, Timor, Bali y Java, en línea directa con Ámsterdam que, a la manera de una primitiva bolsa de valores, determinaba el precio del café como *commodity* en el mundo. El monopolio otomano había terminado, pero había sido reemplazado por otro monopolio (en definitiva, la del café no es más que una saga capitalista). Durante todo el siglo XVII, el grano se convirtió en un lujo accesible para los trabajadores y los modernos de entonces, siempre atentos al último grito de la moda. Ya en Venecia o en Ámsterdan, en Berlín o en París, los europeos se rendían ante los efluvios de la bebida: para 1724, el naturalista holandés François Valentijn se conmovió ante la evidencia y escribió: "su consumo se volvió tan común que, a menos que las criadas y costureras tomen su café todas las mañanas, el hilo no pasará por el ojo de la aguja".

Ahí donde los turcos habían usado la cafeína casi como un alucinógeno para establecer una conexión con lo divino, los estoicos europeos hicieron de la infusión un tónico racional, preciso en la

ejecución de las tareas para las que se exige una gran concentración: enhebrar una aguja o derrocar una monarquía. Mientras se encendían los primeros faroles que terminarían alumbrando a todo un continente con el Iluminismo, el café que llenaba las tazas llegaba desde el puerto de Moca o desde la isla de Java, uno en África/Medio Oriente, otra en Asia/Pacífico, dos de las tres zonas del planeta donde se produce el café (para el viaje del grano a nuestra Latinoamérica faltaría otra gesta de magnitudes tan heroicas como trágicas). La influencia de aquellas ciudades remotas en el imaginario popular perdura hasta hoy, cuando sus nombres (Moca y Java), en la universalidad de su grafía y en la potencia de sus escasas vocales, todavía describen un café fino. Y si la primera le prestó su nombre a la típica cafetera napolitana, que en toda Italia se vende como la clásica "cafetera Moka" de acero inoxidable, la segunda bautizó a un sistema operativo cuyo logotipo es… una taza de café. Según cuenta el folclore de la empresa californiana Sun Microsystems, sus cerebritos primero bautizaron el software como "Java" por sus cuatro letras fáciles de pronunciar, acaso inspirados por una de las más grandiosas películas catástrofe de los años '70 (en el gigantesco formato Cinerama, *Krakatoa, al Este de Java*, un clásico de nuestros televisivos sábados de súper acción). Pero diseñaron una taza humeante con apenas unos trazos recién cuando se enteraron de que Java es una isla de Indonesia, alguna vez parte de las lejanas Indias Orientales holandesas, famosa por su producción de café de calidad: tanto que, en muchos restaurantes de los Estados Unidos, para científicos, comerciantes o costureras, pedir "*a cup of Java*" sigue siendo sinónimo de pedir "una taza de buen café".

B. LA REVOLUCIÓN DE LA SOBRIEDAD

Me late la cabeza. Me duelen los riñones. Me giran los ojos, me arde la lengua, me estalla la nuca. En un alienado ejercicio de periodismo gonzo, aquel subgénero que le exige al cronista poner el cuerpo para narrar la experiencia en primera persona, hoy desayuno con tres litros de cerveza y mi tendencia natural al alarmismo me sugiere que, aun con propósitos legítimos, fue un error grave que acaso me cueste la vida: siento que el hígado es un paté. En mi arqueología del café me propongo empezar el día como lo empezaban en Europa antes de la revolución de la cafeína: las bebidas calientes eran una rareza y las aguas del Sena, el Támesis o el Rin estaban contaminadas; los europeos tomaban cerveza desde la mañana hasta la noche. Ahogados en alcohol, orgullosos de sus michelines como evidencia indiscutible de buena salud y con los dientes podridos del primero al último, encontraban en la cerveza su segunda fuente nutricional, puros cebada y lúpulo después del pan, desde la Edad Media hasta bien entrado el siglo XVIII (hasta hoy, en países como la República Checa la cerveza es conocida como “pan líquido”). En mi experimento, me levanto a las 8, preparo dos tostadas de pan lactal con manteca y acompaño la lectura del diario con una *ale* rubia, casi pálida. Ahí donde el café desentumece los miembros y estimula la atención, la cerveza me sumerge en otro letargo. Para la segunda botella ya estoy mareado. Para la tercera, el cuerpo se siente abombado y la cabeza, en un estupor leve que hace de la mañana un infierno luminoso. Si en la etimología de “gonzo” está la palabra del lunfardo irlandés que define al último hombre que queda en pie después de una maratón de alcohol, mi fracaso como periodista físico se comprueba en la evidencia: antes del mediodía vuelvo a la cama.

Hombres y mujeres, niños y adultos: hace cuatrocientos años todos tomaban cerveza. Los policías de Finlandia recibían una ración diaria de cinco litros; los marineros de la Liga Hanseática, la federación comercial del norte europeo que mezclaba a rusos con alemanes y a lituanos con suecos, bebían un promedio de once botellas por día; el censo de oficios de Hamburgo contaba que la mitad de su población se dedicaba a la producción de cerveza (o a la fabricación de toneles de madera para conservar… cerveza). Para

1551, el médico y pedagogo alemán Johann Placotomus escribió: "Algunos subsisten mejor gracias a la bebida que a la comida. La gente de ambos sexos y de todas las edades, el saludable y el enfermizo, requieren la cerveza por igual". Había motivos prácticos para la embriaguez generalizada: sin heladeras ni freezers, todo lo que no estaba fermentado se pudría aun en los calores más tibios. Pero también había razones culturales: como lubricante social, la cerveza sumía a la gente en un estado de inconsciencia ligera, un pasmo continuo que les permitía afrontar las jornadas brutales de trabajo o las persecutas infernales de los inquisidores. Si es cierto que la conciencia es soluble en alcohol y que el pan de entonces tenía un hongo alucinógeno (el cornezuelo de centeno), la conclusión es obvia: la sociedad europea estuvo sumida durante siglos en un estado lisérgico.

Por las noches, las ciudades eran el escenario de una marcha de zombis, borrachines que iban en zigzag, muertos-vivos que caían en el barro y eran atropellados por carros para terminar aplastados. O en una fosa común y que en paz descansen. Por eso, cuando Martín Lutero inspiró la Reforma protestante a mediados del siglo XVI el consumo ininterrumpido de alcohol fue uno de sus principales objetivos: "¡Bebida del demonio!", repetía. Era un vicio de impíos. El puritanismo ascético se valió de aquellos cargamentos de "vino árabe" que llegaban desde Venecia, Marsella o Ámsterdam para refundar los hábitos líquidos de una sociedad: "Cuando el dulce veneno de la traicionera uva/ actuaba en el mundo violándolo todo/ llegó el café, esta bebida seria y saludable/ que cura el estómago y avispa el ingenio", recitaba un versito anónimo puritano que la efeméride cafetera fecha por aquellos años. Los monjes capuchinos, aun ignorantes de que las capuchas marrones típicas de su orden terminarían bautizando a una de las más nobles bebidas cafeteras, prohibieron entre sus fieles las competencias a lo gonzo y, con la facilidad para lo iconográfico del católico, imprimieron serigrafías con la estampa del "demonio del alcohol", un borracho con cara de chancho y garras de pájaro. El café se convirtió en el aliado principal de aquellos que buscaban terminar con la embriaguez endémica. Los más fanáticos fundaron la pomposa Liga de la Temperancia, una legión de alemanotes rubicundos, todos ellos abstemios *part time* que se propusieron limitar la cantidad de vasos de cerveza a un puñado: apenas un placer para la ocasión festiva.

La transformación a una sociedad sobria encarnó una revolución radical porque el alcohol empezó a consumirse como libación en los festejos, ya no como un matased cotidiano (tradición que se mantiene en todo Oktoberfest donde se sigan chocando los porrones). La bebida cotidiana empezó a ser el café y ahí donde hubo tabernas se abrieron

cafeterías. En Hamburgo y Leipzig, por entonces las ciudades más visitadas por extranjeros, se inauguró la Casa de Café Inglesa, fundada por el doctor Cornelius Buntekuh, quien tendrá una participación decisiva en el evangelismo cafetero (pero aún falta para eso). Para el año 1652 había una sola cafetería en Londres; para el 1700, alrededor de 2.000. A mediados del siglo XVIII, la cafeína había afianzado su prédica entre los europeos, que encontraban en la infusión un tónico para estar más atentos: progresaban en el trabajo y evitaban los accidentes estúpidos, propios de cualquier obrero beodo. En aquellos años de primitiva exposición a la sobriedad se cimentó el mito del café como cura para la resaca: en su célebre *Traitez nouveau et curieux du café, du thé et du chocolat* ("Tratado novedoso y curioso del café, el té y el chocolate") que el farmacéutico Philippe Sylvestre Dufour publicó en Lyon en 1685 se dice que "desembriaga instantáneamente y en cualquier situación quita la borrachera a aquellos que no están completamente intoxicados". El juez galés Walter Rumsey, para quien ningún tema de lo humano era ajeno, escribió un capítulo de un libro titulado *Experimentos con el café*, donde celebraba que la infusión tuviera "el poder para curar a los borrachos".

Pura sugestión, claro. "En realidad, el grado de embriaguez está determinado por la cantidad de alcohol en la sangre, la cual solo se puede disminuir mediante el metabolismo de aquel en el hígado", desmitifica el libro *El mundo de la cafeína*: "El hecho de beber café no reduce la embriaguez; únicamente ayuda a mantenerse despierto, mientras se permanece tan ebrio como antes". Pienso todo esto mientras me mantengo en posición horizontal, con el latido en la cabeza, el dolor de los riñones y la fantasía de haberme agarrado una curda histórica como las de Bukowski. En los fragmentos de un cuaderno manchado con cerveza apunto ideas sobre mi derrotero como periodista maldito y me imagino con cara de chancho y garras de pájaro; pero la ambición de notoriedad trágica se frustra rápido: para el almuerzo ya estoy bien, aunque marcado por la prudencia. Ahí donde hubiera podido acompañar los fideos con un vaso de cerveza helada pienso en Martín Lutero y en los monjes capuchinos, me santiguo como cábala contra futuros dolores de cabeza y preparo un café de filtro: para mí, una particular forma de exorcismo.

C. EL BAUTISMO DEL CAFÉ

“*Liquidum non frangit jejunum*”.

Con la autoridad inapelable que confiere el latín, el cardenal romano Francesco Maria Brancaccio pronunció la sentencia frente a los obispos y en cuatro palabras zanjó la discusión que quitaba el sueño de los católicos más severos: “El líquido no infringe el ayuno”. A mediados del siglo XVII, el café estaba a punto de emprender su viaje hacia América mientras el cacao recorría el camino inverso, desde el “nuevo mundo” hasta los recoletos salones europeos. Entre los religiosos cundía la polémica: los fanáticos más conservadores afirmaban que el consumo de chocolate, o de café, antes de la misa violaba el sacro precepto del ayuno sacerdotal. Con ensayos como *Question moral si el chocolate quebranta el ayuno eclesiástico* (sic), publicado en Madrid en 1636 por el jurista español Antonio de León Pinelo, y con debates acalorados en los cónclaves de obispos, el dilema no pudo resolverse hasta que se pronunció el cardenal. La discusión no era del todo estéril: el café o el chocolate ya proveían energía corporal y consuelo anímico durante los largos ayunos religiosos y eran aditivos de los que podían valerse los fieles para soportar las larguísimas horas de vigilia. ¿Pasarían un antidoping? En 1785, el autor inglés Benjamin Moseley escribió en su libro *A Treatise Concerning the Properties and Effects of Coffee* (“Un tratado relativo a las propiedades y efectos del café”): “Los turcos, que frecuentemente subsisten largas temporadas únicamente con café, lo consideran un alimento que proporciona un gran sustento al cuerpo, razón por la que no solo está prohibido durante el rígido ayuno del Ramadán sino que se considera que cualquier persona que haya incluso olido el café ha violado los preceptos del Profeta”.

En su alarde de celo, la Iglesia católica legislaba sobre un tema secular del momento, como hoy podría ser el divorcio o el aborto: el consumo de las infusiones. Llegado de Oriente, el “vino árabe” generaba desconciertos e inquietudes como todo lo que provenía desde los márgenes del mundo conocido. En Inglaterra, ante las críticas que definían la bebida como “un bebedizo negro, apenas bueno para los turcos y los macacos”, la cafetería St. Michael’s Alley tuvo que comprar unos cuantos centímetros cuadrados en un

periódico para "explicar" la nueva bebida: con el mismo tenor de exotismo con el que hoy se intenta vender un champú caribeño o un té chino para adelgazar, se decía que nuestro bendito café "crece de los árboles solo en los desiertos de Arabia". La primitiva pieza publicitaria ampliaba: "Es una cosa simple e inocente, compuesta en una bebida que es secada en un horno, molida de unos granos, hervida con agua de manantial, y de la que basta media pinta para emborracharse, sin que deba beberse una hora antes y una hora después de comer y que se toma lo más caliente que se pueda, aunque nunca se cure la piel de la boca ni se vayan las ampollas debido a tanto calor" (la retórica publicitaria no era muy diferente de los avisos de la madrugada televisiva, que hoy ofrecen técnicas de superchería para bajar de peso o recuperar el pelo). En Roma, todo esto era interpretado como la prueba concluyente de un vicio impío: los tonos oscuros y los efluvios calientes provocaron el escándalo entre los obispos, quienes repetían que el diablo anidaba en el pocillo, una reproducción a escala del mismísimo infierno: oscuro y caliente.

Ninguna prevención tienen hoy en el Antico Caffè San Pietro, casi un portal de ingreso al Vaticano: fundado en 1775 en la planta baja del señorial Palazzo Rusticucci, a pocos metros de la plaza San Pedro, domina la mano derecha de la majestuosa Via Della Conciliazione, la avenida que Benito Mussolini mandó a construir piedra por piedra para que se pudiera admirar una entrada triunfal desde Roma a la Santa Sede (el mismísimo Duce, muñido de una piqueta, dio inicio a las obras el 29 de octubre de 1936: los líderes seculares pasan pero los sagrados son eternos). Famoso por la hospitalidad de sus mozos, el Caffè San Pietro es frecuentado por monseñores y cardenales, curitas y monjas: de sotana o gorro frigio, en sus hábitos exhiben todos los signos del apostolado y en sus consumos, la adoración al café como infusión divina. Ahí donde se haya abandonado el latín para las misas o el *espresso* ya no se considere demoníaco existirá esperanza sobre una actualización de la Iglesia católica (todavía hoy, la Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días prohíbe entre sus fieles el consumo de café y de té: los mormones tienen vedadas las infusiones según la Palabra de Sabiduría revelada al profeta José Smith en 1833, donde "Dios pide la abstención" con el noble propósito: "Conservar el cuerpo y la mente sanos y fuertes"). Entre los católicos, si es cierto que, aun en su majestad pontificia, Francisco, el papa pedestre argentino, conjuga eternidad con modernidad, se dice que extraña de sus días como obispo casi anónimo la posibilidad de escaparse al San Pietro para tomar un *ristretto*, su bebida favorita, en cada visita que hacía a Roma. En la populosa audiencia general de los miércoles, donde algún argentino audaz le haya convidado con un mate amargo, él se encomendará a las bendiciones ajenas ("recen por mí") e

increpará a la multitud con la chicana sacramental: “Si festejan el día en que nacieron, ¿por qué ni siquiera se acuerdan del día en que fueron bautizados?”.

Con una legión de sacerdotes convencidos de las bondades de la bebida, y una congregación de fieles consternados por la posibilidad de reincidir en el pecado con cada desayuno, un buen día del año 1600 el café fue ungido en la fe católica. El papa Clemente VIII, que ocupó el sillón petrino entre los años 1592 y 1605, no pudo negar el furor por el líquido negro entre sus feligreses: las presiones, que se multiplicaban aun dentro de la Iglesia, terminaron por exigirle una definición. Acaso impulsado por una vocación salomónica, o permeable a las influencias del entorno, el Papa recibió a un mercader de Venecia que llevó hasta Roma una muestra de la bebida que importaba desde el cercano Oriente. Clemente bebió una taza y, sinceramente cautivado, razonó que semejante delicia jamás podría ser un producto del diablo. Así cumplió con el ritual bautista y unas gotas de agua bendita bastaron para dirimir el conflicto: “Sería pecado dejar a los infieles una bebida tan deliciosa. ¡Venzamos a Satanás impartiéndole bendición, para hacer de esta una bebida verdaderamente cristiana!”. Amén.

D. LA PETICIÓN DE LAS MUJERES

“Encontramos últimamente una notable decadencia de aquel auténtico vigor inglés… Jamás los hombres usaron pantalones tan grandes, ni llevaron en ellos menos temple”: la guerra de los sexos tuvo una de sus batallas más cruentas en el año 1674, cuando los periódicos de Inglaterra publicaron una solicitada con un título escandaloso: “La petición de las mujeres contra el café”. En un brulote público, las esposas se presentaban como “guardianas de la libertad de Venus”, se quejaban de la falta de virilidad de sus maridos siempre fatigados y encontraban un culpable con el que competían en la atención mañanera o el franeleo nocturno: importado desde los lejanos y exóticos confines orientales, el “vino árabe” era culpable de haber dotado, ejem, de hombres castrados a las muy púdicas islas británicas. “La falta de deseo se debe al uso excesivo de ese moderno, abominable y pagano licor, que ha convertido a nuestros esposos en eunucos y ha inutilizado a nuestros mejores galanes. No les queda nada húmedo salvo las narices, nada tieso salvo las articulaciones, nada erguido salvo las orejas”. Además de los reclamos amatorios, la diatriba tenía cierta pretensión igualitaria: a diferencia de lo que ocurría en el continente europeo, y como había sucedido en los arcaicos *kahve kaneh* árabes, las mujeres inglesas tenían el acceso prohibido a las cafeterías (a menos que fueran dueñas: las leyes de la propiedad siempre se impusieron como las supremas entre todas las normas sociales). Cotos irreductibles de “lo masculino”, los bares eran el territorio franco para la libación fraternal, el ámbito de libertad sin culpas ni deberes que anhela todo casado: aun cargando con el sambenito de eunuco o castrado, un lugar donde no le rompan las pelotas.

Si es cierto que todavía hoy el convite trillado (“¿tomamos un café?”) sugiere más la discusión de un problema que la concreción de una ambición erótica, ya en los tiempos antiguos la astringencia de una bebida “caliente como el infierno, negra como el diablo, pura como un ángel y dulce como el amor”, según la romántica descripción del estadista francés Tayllerand, era interpretada como un balde de agua fría sobre los más fogosos ardores humanos. “Si se participa en exceso de esa agua de *kahve* (café) se extinguen por completo todos

los placeres de la carne”, escribió el explorador alemán Adam Olearius en su *Nueva descripción aumentada de viajes por Moscú y Persia*, publicada en 1656 y que exhumaba los rituales de los misteriosos pueblos desparramados al Este de Europa. La parábola lleva un mensaje amenazante para todos aquellos seducidos por la infusión: “Se cuenta de un rey, el sultán Mahmud Kasnin, que gobernó en Persia antes de Tamerlán, que llegó a ser un bebedor tan habitual del agua de *kahve* que olvidó a su esposa y desarrolló una repugnancia por el acto sexual que disgustó fuertemente a su reina, pues se dice que, en una ocasión en que se encontraba sentada a su ventana y espiaba cómo se sometía a un semental antes de castrarlo, preguntó qué estaba pasando, y cuando le dijeron con toda franqueza que la intención era domar la lujuria del caballo para que ya no montara o cubriera a ninguna otra yegua, expresó la opinión de que tales pasos eran innecesarios, que todo lo que debía hacerse era darle la vergonzosa agua de *kahve* y pronto sería como el rey”.

¿El café había hecho del rey persa un monarca impotente para cumplir con sus deberes conyugales? Aunque la adopción fanática por parte de los religiosos islámicos y el posterior ingreso a Occidente deserotizaron la bebida (más ligada a la oración o el trabajo que al placer sensual porque pone en alerta los sentidos, más que enturbiarlos), en la antiquísima Etiopía el grano era el centro de un ritual que celebraba la comunión del sexo y la muerte: si todavía los franceses llaman *le petit morte* al orgasmo, para la tribu oromo, en la liturgia conocida como *bun-qalle*, el café sustituía a los bueyes en las ofrendas a los dioses que se celebraban en el ardor de un festín dionisíaco. “El parecido de los granos de café con los órganos sexuales femeninos generó otra ceremonia con tal significado sexual que, de acuerdo con las investigaciones del antropólogo Lambert Bartel, antes de realizarla quienes participaban se abstenían de tener relaciones sexuales un día”, escribió Stewart Lee Allen en *La taza del diablo*: “Un hombre viejo oromo le dijo a Bartel que ‘nosotros comparamos la rajadura abierta del fruto del café con la primera experiencia sexual el día de la boda, cuando el hombre ha de forzar a la mujer a abrir sus muslos para poder tener acceso a la vagina’”.

En esa semejanza simbólica entre el grano de café y el genital femenino se esconde la desconfianza de las mujeres inglesas: no aguantaron la competencia. “La petición de las mujeres reveló que la jornada de un hombre típico incluía pasar la mañana en una taberna hasta que ‘alguno de ellos está borracho como una cuba; entonces se van a la cafetería y beben para volver a estar sobrios’”, escribió Mark Pendergrast en *El café, historia de la semilla que cambió el mundo*: “Luego regresan a la taberna y ‘se van otra vez tambaleándose para ponerse sobrios una vez más con el café’”. El cuento de la buena pipa

para el folclore matrimonial, que entonces y ahora alumbró solicitadas en los diarios o una infinidad de chistes con esposas que esperan a sus maridos con un palo de amasar detrás de la puerta de calle. Aquellas mujeres exigentes jamás podrían haber adivinado que, trescientos años más tarde, rigurosas investigaciones científicas encontrarían en el café un poderoso estimulante lúbrico, como la que realizó la Universidad de Southwestern, en Texas, y que tuvo generosa repercusión en los diarios al descubrir que la cafeína estimula las zonas cerebrales donde reside la excitación sexual, aunque esta reacción química solo se produzca entre las bebedoras que consuman una dosis moderada: "El interés que una mujer tiene con respecto al sexo es directamente proporcional a la cantidad de cafeína que ingiere por día".

Que el vicio se haga virtud: si para la mayoría de los investigadores no existe una relación concluyente entre la droga más popular del mundo y las aptitudes amatorias de quienes la consumimos, para algunos médicos podría hacerse extensiva al café la misma regla de moderación que se aplica al alcohol previo a la consumación del acto: "Un poco estimula, mucho deprime". En el libro *Secretos sexuales, la alquimia del éxtasis: el arte amatorio de las civilizaciones más exquisitas*, un documentado volumen sobre sexo y misticismo, los investigadores Nik Douglas y Penny Slinger actualizan la "doctrina de las similitudes" para confirmar que "las sustancias que se asemejan a los órganos sexuales actúan como afrodisíacos si se preparan del modo adecuado". Si el sexo es sugestión antes que cualquier otra cosa, el perogrullismo hará de la ostra, la banana o el grano de café los más potentes placebos amatorios. Acaso heridos en su orgullo masculino y aun en la crudeza del detalle, los firmantes de otra solicitada publicada en aquel 1674 ya exponían una acalorada defensa del café como sucedáneo natural del apio, el ginseng, la nuez, el Viagra o cualquiera de los afrodisíacos conocidos entonces y ahora. En "La réplica de los hombres a la petición de las mujeres contra el café", los señores ingleses creyeron salvar su honor al decir que "el café hace que la erección sea más vigorosa, la eyaculación más abundante y añade una esencia espiritual al esperma".

E. LA ACHICORIA DE NAPOLEÓN: DE LA ENSALADA A LA TAZA

"¡Maldito café! ¡Malditas colonias!": la derrota era una patada al hígado para Napoleón. A fines del 1700, el café ya se cultivaba en América Central, donde los esclavos emigrados desde África caían como moscas bajo el sol inclemente de la cosecha. Los antropólogos del grano aseguran que para el año 1788 la mitad de la producción mundial se concentraba en la isla La Española, primer paso firme de Cristóbal Colón en su llegada al continente, terruño caribeño de lo que hoy es la República Dominicana y Haití. Más adelante se contará esta historia. La vida allí era subhumana: "¿Acaso no colgaban a los hombres cabeza abajo, los ahogaban en sacos, los crucificaban en tablones, los enterraban vivos y los machacaban en sus morteros?", escribió un ex esclavo sobreviviente en sus memorias del horror: "¿Acaso no los obligaban a comer mierda?". En 1791, los esclavos de Haití se sublevaron, iniciando la elipsis histórica que conmueve por su amarga ironía: el primer país del continente en alcanzar su independencia hoy es el más miserable. Entre aquellos esclavos del café se había sembrado la semilla de la libertad. Mientras tanto, en los recoletos jardines parisinos de las Tullerías, siempre exagerado en sus expresiones e inspirador involuntario de toda una literatura de chistes sobre locos que se imaginan adorando a Josefina con una mano adentro del saco (¿por qué las fantasías psicóticas jamás se emparentan con Julio César o con Alejandro Magno?), Napoleón hizo un último intento de reprimir las revoluciones caribeñas y cuando supo del fracaso final de sus tropas le echó la culpa a la bebida de la que había sido un precoz aficionado. ¿Maldito café?

"¡Lo haremos todo nosotros mismos!", se exaltó tres años más tarde. En otro capítulo de su eterna guerra con Inglaterra, el Pequeño Cabo alumbró el célebre Sistema Continental, un bloqueo comercial a las islas británicas que imaginaba una Francia autosuficiente de lo que necesitara: "Antes, si queríamos ser ricos, teníamos que tener colonias, establecernos en la India y en las Antillas, en América Central, en Santo Domingo. Esos tiempos se acabaron. Ahora debemos ser fabricantes". El lema "compre francés" generó enormes avances en la

agricultura o la industria: los galos tuvieron mucho éxito en la extracción de un edulcorante de la remolacha como pálido reemplazo del azúcar que ya no llegaba desde las remotas cañas centroamericanas. Pero el café, ay: el café. No hay tierra europea tan húmeda ni tan cálida como para sembrar el arbusto del cafeto y entonces los franceses empezaron a llenar sus tazas con el aguachento producto de la achicoria, que saltó de la ensaladita pobretona a la infusión. La *cichorium intybus* es una planta herbácea perenne de la familia de las asteráceas que crece de manera silvestre en los prados europeos, con flores azules y una larga raíz blanca y que, después de tostada y molida y colada, produce un sabor remotamente parecido al del café. Sin el sabor, el aroma, el cuerpo ni el ingrediente principal (¡la cafeína!) se empezó a consumir como sucedáneo del café desde los tiempos napoleónicos y aun después, cada vez que la guerra o el racionamiento impidieron el transporte desde los trópicos. No digas "sí", di "*oui*": orgullosos de sus causas nacionales, los franceses adoptaron como propia la gesta de la achicoria y la siguieron sirviendo en sus tazas incluso más allá de 1814, cuando se canceló el Sistema Continental, y hasta exportaron la costumbre hacia el sur de los Estados Unidos, donde los colonos criollos de Nueva Orleáns bebían el jugo de la plantita en aquellos ratos libres en que no tenían que escapar de los cocodrilos.

Como en toda revolución, siempre existen focos de insurgencia. Una leyenda cuenta que, al regreso de una campaña en el extranjero, el carruaje de Napoleón se rompió en un pueblo cercano a París, lo que obligó al Emperador y a toda su comitiva a detenerse en el camino. Con olfato para las traiciones, y en plena veda cafetera, olisqueó el penetrante aroma del grano entonces prohibido; siguiendo la pista del olor, como el roedor taimado de la película *Ratatouille* bien enfilado hacia la olla, terminó en el patio de una iglesia inundado del efluvio cafetero en una tarde tórrida y, para consternación del chupamedias que acompaña a cualquier jefe, sea cual fuere su estatura, increpó a un párroco que tostaba… café: "Reverendo, ¿así es cómo usted cumple con el mandado del Emperador?", preguntó con el truco retórico del que habla de sí mismo en términos colosales: en tercera persona. Astuto para la réplica, el curita respondió: "Sí, su Excelencia, hago exactamente lo que vuestra Majestad ordena: quemar todos los productos de la colonia". Si en el cuadro de Jean-Léon Gérôme el Emperador se muestra extático frente a la Esfinge durante su expedición a Egipto, se dice que ahí es donde habría alumbrado su vocación por el acertijo y el juego de palabras. El folclore oficial cuenta que el ingenio del cura provocó la carcajada franca de Napoleón, pero aunque era un aficionado desde joven a la bebida (es bien conocida su frase "el café fuerte en abundancia me revitaliza, me

confiere ardor, fuerza y una cierta irritación que no deja de resultarme grata”), los impulsos tiránicos del pequeño demonio nos inclinarían a pensar que el párroco pudo haber terminado sus días a la sombra.

Emperador de Francia, Rey de Italia, Protector de la Confederación del Rin, anhelante conquistador de los pueblos conocidos, a Napoleón no lo amedrentó ni siquiera el frío de Rusia: el manual de Historia nos enseña que los cirílicos son tan orgullosos que prefirieron incendiar Moscú antes que verla rendida ante el francés. Y eso hicieron, ahí por 1812. Atrincherado en el Kremlin después de la conquista frustrada, el diminuto general tuvo que abandonar la ciudad, perseguido por el fuego y la hambruna pero, en el apuro de la huida, se llevó una palabra que el mundo tomó por parisina, acaso por la acentuación aguda: *Bistró*, que en París y ya en medio mundo será sinónimo de cafetín pero que en Rusia significa “rápido”. En su apuro frenético, Napoleón era un visionario, un hombre del futuro en el pasado que marcaba el pulso de lo que vendría: la obsesión decimonónica por el empleo del tiempo. Toda una paradoja en los bistrós moscovitas, donde todavía hoy los mozos se rebelan ante cualquier noción de *fast food* y se eternizan en una lentitud chejoviana, demorando veinte minutos en la preparación de un café, acaso en réplica a la prisa del emperador que, siempre en la urgencia de la batalla, exigía a su valet: “Vísteme despacio que estoy apurado”.

F. LA PAUSA SON CINCO MINUTOS

Reloj no marques las horas: ahí donde un tic-tac recuerde un irremediable dolor, una letanía en ritmo de bolero acompañará al atribulado que espere, o desespere, en cualquier mesa de bar con la idea fija que martillea en la frente como respuesta a sus dilemas: "Porque voy a enloquecer". La vista se pierde en el pocillo, que al girar de la cucharita dibuja una espiral machacante como la de la película *Vértigo*, un *loop* de obsesión, anhelo y aun certeza, tan extensiva al café como al amor: en cinco minutos estará frío. Si la vida es sueño, ¿la bebida de los insomnes podrá ponerle un plazo a nuestros desvelos?

Hasta el año 1582, cuando el papa Gregorio XIII impuso el calendario que le debe su nombre, con su (im)precisa división de años, meses, semanas, días, horas, minutos y segundos, los hombres organizaban sus rutinas según la salida del sol o la aparición de las estrellas: se dice que en toda la Edad Media no hubo un solo reloj puntual en Europa aunque pueblos antiguos, como los egipcios o los chinos, habían hecho de los relojes de arena o de las clepsidras, de agua, unos aparatos bastante decentes. Un año después (más o menos: la exactitud no era una marca de la época), Galileo observó la uniformidad del movimiento del péndulo, que un siglo más tarde ayudaría a construir un mecanismo de relojería más certero; hasta entonces, los relojes primitivos apenas tenían una única aguja que marcaba los cuartos de hora. Pero alrededor de 1660, en Inglaterra empezó a usarse el minutero, que según la publicación *Clock and Watches,* editada por el British Museum, aumentó quince veces la precisión en la medición del tiempo. Y para el siglo XIX, nobles y plebeyos podían jactarse de tener su propio reloj. Fue una de las mayores revoluciones culturales de la historia, aquella que organizó las rutinas diarias y sistematizó los horarios de trabajo. El minutero permitió la división productivista del día (ocho horas para el sueño, ocho para el trabajo, ocho para el ocio), hasta entonces regido por el desorden espontáneo: un invento de los liberalismos económicos para disciplinar a los trabajadores.

"Tradicionalmente, los ritmos de trabajo habían fluctuado tanto durante el día como durante la semana: al ocio del 'lunes santo' e

incluso del martes lo seguía un esfuerzo frenético y largas horas al final de la semana", escribió el historiador Brian Harrison en *Drink and the Victorians* ("La bebida y los victorianos"), un ensayo publicado en 1971 que estudia el impacto de la industrialización en los hábitos de bebida de los ingleses: "Los primeros industriales necesitaban crear un ritmo de trabajo fluido e inducir a sus obreros a entrar y salir de sus fábricas a una hora específica. La inversión en maquinaria compleja y costosa dio a la mano de obra precisa y continua de los obreros un valor más alto que al esfuerzo espasmódico de su simple energía física. Una vez que surgió esa necesidad, los patrones de bebida habituales tuvieron que cambiar". Si en su *Breve historia del tiempo*, el científico Stephen Hawking se pregunta "¿cuál es la naturaleza del tiempo?" o "¿hubo un principio o habrá un final en el tiempo?", el reloj irrumpió en Europa para ofrecer respuestas, límites y condiciones al devenir errático de la naturaleza y se valió de un aliado indispensable en la tarea de despertar a los hombres para que vayan a la fábrica, siglos antes de la invención del radio-reloj: el café.

"Ese mejoramiento en la precisión tuvo lugar durante los mismos decenios en que el consumo de la cafeína se generalizaba en Venecia, París, Ámsterdam, Londres y todo el continente europeo", escribieron Bennett Alan Weinberg y Bonnie K. Bealer en *El mundo de la cafeína*: "Una vez que tuvo lugar la normalización cronométrica, el uso de un analéptico se convirtió en una necesidad práctica para regular el organismo biológico, dado que permitía a la gente satisfacer las exigencias de los horarios invariables, y el único analéptico adecuado, fácilmente disponible, bien tolerado, inocuo y eficaz era la cafeína". Atontados, somnolientos, mal dormidos, aquellos europeos fueron los conejillos de indias en la rutina de convertirse en esclavos del reloj y, si hasta entonces la cerveza era su colación para el desayuno, el almuerzo, la merienda o la cena, en la infusión pudieron encontrar un "agente de sobriedad" que los ayudara a cumplir con las obligaciones de la hora. "Tiene sentido decir que la combinación del reloj y la cafeína pudo haber sido esencial para el desarrollo de la civilización moderna", concluyeron Weinberg y Bealer: "Y tal vez no sea ir demasiado lejos si se afirma que el mundo moderno, al menos como lo conocemos hoy en día, no pudo haber sido imaginado ni erigido sin esa combinación que lo hiciera posible".

¿Acaso no es cierto que, como la temperatura del agua o la calidad de los granos, el tiempo es un ingrediente indispensable para preparar un buen café, en los exactos 25 segundos que necesita la máquina express para llenar una taza o en los cuatro minutos exigidos para el contacto entre el agua y el grano molido en una prensa francesa? En la barra de un bar romano, un *ristretto* es una medida de tiempo: apenas dos minutos (en los sillones de cualquier Starbucks, el

latte es un viaje en el espacio, la promesa de estar una hora en Miami sin subirse a un avión ni pasar por Migraciones). Si el mate es el acompañante sin plazos ni apurones, limitado nomás por la capacidad del termo en su recarga larguera, un café siempre dura un puñado de segundos, aunque pueda eternizarse en la inquietud de un amante consternado o en la tertulia de un niño con afanes de adulto que lo estira y lo toma frío con tal de no ser expulsado de la conversación con los mayores. Ahí donde el ingenio publicitario pudo convencernos de que “la pausa son cinco minutos”, hubo un tiempo en que el mundo estuvo maduro cuando supo que ya era hora de un café.

CAPÍTULO 3

LAS CAFETERÍAS EN EUROPA

A. VENECIA: EL EPICENTRO DEL COMERCIO

B. ROMA, EL ARTE DE BEBER BIEN

C. LONDRES: LA UNIVERSIDAD DEL PENIQUE

D. HOLANDA: ROBO PARA LA CORONA

E. FRANCIA, EL VISIR Y LA MONARQUÍA

F. AUSTRIA: LA FUNDACIÓN MÍTICA DEL DESAYUNO

G. RUSIA: NOSTALGIA POR EL HAMBRE DE GLORIA

H. ALEMANIA: UNA BUENA SEÑORA SIN FILTRO

A. VENECIA: EL EPICENTRO DEL COMERCIO

Un centenar de mesas dibuja una cuadrícula casi perfecta sobre las baldosas siempre húmedas de la Piazza San Marco: si es cierto que la plaza principal de Venecia es "el salón más bello de Europa", según la emotiva definición de Napoleón antes de entregarse a la conquista, el león alado custodia la selva de hormigón donde el rocío y la niebla empañan cristales y lentes y hacen del piso una pista de patinaje: es un jabón. La bandeja de plata porta una taza con su platito, de porcelana y con filigrana dorada, un vaso de cristal y una jarra de agua natural en equilibrio: es así desde 1720, al aire libre o en los salones, revestidos con terciopelos rojos y molduras doradas, en las mil y una formas del adornito en relieve. Si los jóvenes caballeros pudientes del siglo XIX (y, más adelante, los de las clases medias aventuradas) hacían lo que llamaban su "Grand Tour" por Italia, un viaje de iniciación y educación formal (aun sentimental) por iglesias, jardines y *palazzos* en busca de los saberes antiguos, mi merienda en el Caffè Florian toma la forma de una elipsis definitiva: estoy sentado en la primera cafetería de Italia, la más antigua todavía en funcionamiento de toda Europa, el continente viejo donde el café se convirtió en una cosa nueva y el bar se confirmó como institución social, refugio de intelectuales, artistas y revolucionarios. "*Due espressi*", uno para mí y otro para mi madre, pido con seriedad de laico consagrado y en este bautismo me asiste el mesero, "con una brillantez en blanco y negro, el negro de sus pantalones y cabello, el blanco en saco, los dientes y una servilleta doblada por la cintura", según la precisa descripción de la escritora Muriel Spark en su novelita *Intriga en Venecia*; para mí, el mesero adopta la estampita de un San Juan: en el comienzo de mi propio Grand Tour, moldeado según el capricho de mis raros intereses, la unción no es con agua bendita sino con café.

El 29 de diciembre de 1720, el comerciante Floriano Francesconi, acaso embargado por la opulencia de un momento histórico, abrió su confitería con el nombre rimbombante: el Café de la Venecia Triunfante, que poco después, con el espíritu sintético de las ciudades, se conoció como "lo de Florian". Y así quedó. En apenas dos salones (que décadas más tarde se multiplicarían por dos y por tres, con

nombres ampulosos como “el salón de las estaciones” o “el salón de los hombres ilustres”), la infusión era la excusa que proveía un sitio de cabildeo debajo mismo de la Procurazione, el monumental edificio horizontal que, a metros del Palacio Ducale, reunía a todos los poderes públicos en cientos de oficinas con vistas a la plaza.

Venecia, la ciudad que cambia menos que otras con el paso del tiempo, era el principal puerto marítimo de Europa, una próspera república independiente que funcionaba como umbral comercial con China y las Indias, donde se vivía con la liviandad moral que promovían los carnavales y su gobierno laico: un paraíso de duques, marineros y putas. Por allí entró el café a Europa. Los venecianos importaban el grano de Constantinopla desde el año 1585 pero recién empezaron a venderlo al público en 1683 y pronto se convirtió en un placer sensual, con la apertura del Florian y decenas de confiterías, igual o menos pretenciosas (como Lavena, que rivaliza desde la vereda de enfrente de la plaza con un lema que sugiere realeza: “Desde 1750”, repite, siempre sin llegar a la majestad añosa de la otra), aunque ninguna tan célebre como aquella, que era frecuentada por Carlo Goldoni, Goethe y otros nombres ilustres de todas las épocas, como Marcel Proust, Charles Dickens, los espías de distintas lealtades, Lord Byron o el mismísimo Casanova, por una razón práctica: era la única de la ciudad que no tenía vedado el acceso de las mujeres.

La Piazza San Marco es la primera en inundarse con cada marea alta del Adriático; Venecia, como toda ciudad que vive bajo la amenaza pendular de un probable desastre inminente, sea un terremoto, un alud o una inundación fatal, tiene costumbres más relajadas, está menos regida por estrecheces morales: el Juicio Final puede llegar hoy a la tarde, así que… ¿para qué preocuparse? Desde las 9 de la mañana (se conoce que los venecianos se levantan tarde) hasta la medianoche, el Florian rebosa de diletantes que se entregan al disfrute de la música en la isla donde Vivaldi nació, Monteverdi vivió, Wagner murió y Stravinsky fue enterrado: desde marzo a noviembre, una orquesta interpreta un repertorio de piezas fáciles de escuchar, en un estilo de “café centroeuropeo”, según se explica en el menú, y que combina “espontaneidad, brío y habilidad expresiva” (mientras escribo estas líneas a mano, sentado en la segunda mesa del corredor derecho del Florian, la orquesta ejecuta con violín, bandoneón y piano la versión instrumental del tangazo “A media luz”, la elegía nostálgica de Carlos Gardel: ecos del pasado de un arrabal porteño y de esta misma plaza hace trescientos años). Además de la música del fin del mundo, el Florian trajo a Europa el espíritu de los viejos *kahve kaneh* árabes como foros de discusión pública o sitios para hacer *lobby*.

Y también está el *ristretto*, ligero, corto, concentrado. Y el grano de café bañado en chocolate, envuelto en papel de fantasía. Y las

vistas maravillosas a los mástiles, a los palacios y a la basílica, donde no pudo encontrar un reposo sosegado el cadáver de San Marcos que dos comerciantes venecianos se robaron de su tumba en Alejandría y que hoy se custodia en una cripta, cerca del tesoro obtenido en la Cuarta Cruzada y que podría ser el botín de una fabulosa intriga internacional. Acaso como pocos cafés en el mundo, el Florian fue testigo de los pleamares de una república repartida en más de cien islas y en su misión como faro de la civilización occidental abrió sucursales en los destinos remotos que construyen una nueva idea del lujo, sin historia ni abolengo: hoy se pueden encontrar salones del Caffè Florian en el shopping Marina Mall, de Abu Dhabi, o en el centro financiero de Dubai. Pero el kilómetro cero seguirá estando en la Piazza San Marco, donde los jóvenes ya en edad de madurar, a quienes los venecianos llamaban *milori* aunque no fueran lores ni tuvieran título de nobleza, iniciaban su Grand Tour para después ir hacia el Sur, en búsqueda de los calorcitos toscanos, los afanes romanos o su iniciación masculina porque, al decir del venerado poeta inglés Samuel Johnson, “un hombre que no haya estado en Italia siempre es conciente de su inferioridad, porque no ha visto lo que se espera que un hombre debe ver”. ¿De beber? Café.

B. ROMA, EL ARTE DE BEBER BIEN

Todo el ritual dura menos de cinco minutos. Detrás de la barra, con la expresión adusta del que se asume como guardián de una tradición centenaria, el barista ejecuta el proceso con destreza mecánica: si el hábito reparte posiciones en la sociedad, su smoking brillante y su camisa blanquísima entre la clientela de bermudas y sandalias confunde los roles de plebeyos y señores y confirma la reconversión de los clásicos en atracciones de parque temático. En el número 86 de la aristocrática Via Condotti de Roma (según se entiende la aristocracia hoy: arrogancia en el gasto y acceso irrestricto a las marcas de lujo, la cartera Louis Vuitton o el *foulard* Hermés), el Antiguo Caffè Greco se jacta de su nobleza, construida a fuerza de constancia desde 1760: fue la primera cafetería de la ciudad y una de las primeras de Italia, después del Florian de Venecia o del Gilli de Florencia, que desde 1733 alumbra con su araña de cristales a la clase genuina y donde el efímero *ristretto* se conoció como *caffettiere*: una delicia breve. En el Greco, tomar café se convirtió en un trámite fugaz para el hombre o la mujer exigidos por los apuros de la vida dulce. Si es cierto que en este mundo todos trabajamos para no trabajar más, pero si alguien no trabaja nos da rabia, según el agudo observar del escritor turinés Cesare Pavese, estos romanos no están majaretas: apuran el café para tener cinco minutos más de *dolce far niente*.

Hace más de 250 años un inmigrante griego llamado Niccola Della Madalena fundó el Antiguo Caffè Greco y sentó las bases de un ritual efímero que se disfruta con la velocidad de una motoneta Vespa y el ímpetu juvenil con el que las *ragazzas* del colegio vecino apuran los escalones de la Piazza di Spagna: 135 peldaños o 15 mililitros de *espresso* en un tirón. Acompañado por su esposa, dos hijas y una mucama, Della Madalena se estableció en Roma inspirado por el éxito de la cafetería veneciana; en sus primeras infusiones, el bar del griego se proponía apenas ser un lugar de esparcimiento para el hombre de a pie, pero en poco tiempo se convirtió en el epicentro de las tertulias de los señores notables que frecuentaban la Ciudad Eterna con el espíritu trágico de todo intelectual torturado: “Ver Roma y después morir”. A metros nomás, el poeta inglés John Keats llegó buscando la cura para su tuberculosis y encontró la muerte en solo tres meses de

frecuentar el Greco, en lo que agriamente llamó su “vida póstuma”. Las mesas del gran Caffè, custodiadas por sombrías pinturas renacentistas, fueron ocupadas por el poeta alemán Goethe (que pocos años más tarde tendría un protagonismo decisivo en el descubrimiento de la cafeína) y por otros ilustres, como Lord Byron, Hans Christian Andersen, Richard Wagner, Stendhal o Franz Liszt, el compositor húngaro romántico que fue el primer popstar de la historia: de su apellido deriva el neologismo “lisztmanía” como sinónimo de obsesión histérica por un ídolo de la cultura popular. El folclore no aclara si en las puertas vidriadas que dan a la Via Condotti se agolpaban las fans con el mismo frenesí con el que un siglo después otras muchachas les gritarían a los Beatles, ni tampoco dice si por los salones revestidos de terciopelos rojos y molduras doradas pasó el célebre Pellegrino Artusi, pero la ubicuidad culinaria del maestro (y mis propias fantasías de descendiente sin herencia) me animan a pensar que sí.

Nacido en el insulso pueblo de Forlimpopoli en 1820, don Pellegrino fue un próspero banquero con afanes de *bon vivant*. Intrigado por la “fórmula científica” de la comida, dedicó su vida a deconstruir las recetas de la cocina italiana con la precisión de un matemático. A los 71 años escribió su obra célebre, *La scienza in cucina e l’arte di mangiar bene* (“La ciencia en la cocina y el arte de comer bien”). Apenas dos décadas después de la unificación italiana, fue el primer manual de recetas, todas probadas, aprobadas y comprobadas, de las distintas regiones que se unían en una misma república, con los ingredientes para el risotto, los escalopes o la polenta, entre mil recetas más, explicados en pesos, temporadas y medidas. Don Pellegrino era un obsesivo minucioso. En casi seiscientas páginas, el libro se proponía ser la enciclopedia definitiva de una de las culturas culinarias más ricas del mundo, y hasta hoy lo sigue siendo: un *best seller* desde 1891, que en la página 512 se ocupa del café. Descubro consternado que, aunque habla de una “preciosa bebida”, mi antepasado más célebre no apreciaba tanto como yo la infusión que me quita el sueño.

“Si cuanto dice el profesor Mantegazza (?), es decir que el café no favorece en modo alguno la digestión, yo creo que es necesario hacer una distinción”, escribió don Pellegrino después de precisar las características botánicas de la planta, las primitivas técnicas de tostado y el método de preparación antes de la máquina express, la jarra metálica que se ponía sobre el fuego, una bisabuela de la cafetera napolitana, los dos conos de aluminio unidos por un portafiltros central que en la Argentina se conoce como “la Volturno”, por la omnipresencia de una marca ya convertida en un genérico. “Tal vez digan la verdad aquellos que señalan que el café no excita el sistema nervioso, pero para quienes sí lo excita, y lleva su acción al

nervio neumogástrico, es un hecho innegable que se confirma con una taza después de una cena abundante. Pero al tomarlo por la mañana con el estómago vacío parece librar a la panza de los residuos de una digestión imperfecta y predispone a una colación más apetitosa". Siempre antes del mediodía, entonces: nunca para la tarde, cuando el fantasma de una indigestión puede arruinar la tertulia o convertir la noche en una pesadilla interminable.

Mientras tomo un *espresso* (¡uno de los cinco o seis o diez que bebo por día!) en el Greco con mi madre, con quien me aventuré a Italia en un viaje de exploración de los vínculos familiares, pienso en mi padre, que me dio el apellido y un lugar en el linaje del gastrónomo ilustre: ¿cómo se siente volver a los orígenes con la persona que me dio la vida? ¿Se siente como el origen del origen? Si la crispación nunca fue una debilidad de carácter entre los míos, siempre pacíficos en las costumbres y afables en el trato, el espíritu fuerte de don Pellegrino todavía retumba entre las paredes de las fondas veteranas; trazo una elipsis entre su desconfianza gástrica hacia el café y mi obsesión por la bebida, que se me hace el tónico para un estómago fiel, y 150 años transcurren en un segundo. En el verano de 1855, don Pellegrino viajó a Livorno, donde alquiló una habitación encima de una fonda. Aun en época de calores sofocantes, para la cena pidió minestrone, la sopa de verdura con pasta o arroz. Pasó de largo el café. De regreso al cuarto, sufrió tan terribles dolores de panza que esa noche fue la más aciaga de su vida y, aunque le dedicó todas sus maldiciones al minestrone, ya de regreso a su hogar en Florencia comprobó que había padecido los primeros síntomas del cólera, la enfermedad estival que en aquellos años se cobró miles de vidas por toda Italia. Don Pellegrino tenía un estómago indestructible, inmune a la acción de cualquier virus. Todavía enojado por la indolencia culinaria que casi le cuesta la vida, aprovechó el episodio para pulir una de sus más célebres recetas: la del minestrone, que en la página 69 de su enciclopedia se detiene con detalle en la higiene de las cacerolas o el lavado de la espinaca, y se lamenta por la muerte de un tal Domenici, el hombre que le había alquilado aquella habitación y que no tuvo su resistencia para sobrellevar la enfermedad. Acaso crispado por el ánimo o irritado por el café, al más famoso Artusi de Roma se lo recuerda, siempre: colérico pero justo.

C. LONDRES: LA UNIVERSIDAD DEL PENIQUE

La fortuna o la miseria: el destino no entendía de grises. A mediados del siglo XVII, la miel del dinero endulzaba el espíritu de los ingleses prósperos, siempre hábiles para el comercio y el mar. Pero una sombra acechaba entre todos aquellos que se daban la gran vida, la maldición ominosa de un naufragio que pudiera arruinar la riqueza para siempre y que hiciera realidad el temor máximo de cualquier buen señor: pasar de príncipe a mendigo. Los comerciantes y los marineros compartían en susurros el dato agorero, aquel que contaba cómo el barco de tal o cual se había hundido en los mares remotos y había arruinado a su dueño. Pero en el año 1680 alumbraron la idea que podría funcionar como póliza ante la desventura: en un grupo cerrado, cada comerciante pagaba una cuota mensual destinada a un fondo común. Si ninguno sufría un accidente, el dinero permanecía intacto. Si alguno padecía un naufragio, el fondo común pagaba las pérdidas. Todos ellos se reunían en un bar del centro de Londres dirigido por un tipo llamado Edward Lloyd. Astuto para los negocios, pronto comprendió dos cosas: que la cafeína estimulaba la lucidez mental de sus parroquianos y que sería más próspero en las finanzas que llenando tazas. Con el tiempo, las mesas de Lloyd's (literalmente, "lo de Lloyd") se convertirían en los escritorios de la primera compañía de seguros moderna en el mundo, un coloso que todavía hoy opera en doscientos países y que nació al calor de una cafetera.

Desde el año 1600 algunos viajeros ilustrados llevaban hasta Inglaterra las primeras nociones sobre "un tipo de bebida negra, hecha con una especie de legumbre como el chícharo, llamada *coaua*", según escribió el explorador William Biddulph en su libro *Travels of Certayne Englishmen in Africa, Asia, etc.* ("Viajes de ciertos ingleses por África, Asia, etc."), publicado en 1609. Para el vulgo, todo un misterio. En su majestad literaria, William Shakespeare, el autor de la gran taxonomía de todo lo humano, quien "nos creó tal cual somos", según la definición del crítico Harold Bloom, no menciona el café (ni el té o el chocolate) en ninguna de sus obras. Raro. Sin embargo, diez años después de la muerte del Bardo, lord Francis Bacon, de quien todavía se sospecha que pudo haber sido el verdadero autor de las obras shakespeareanas, recitó en su *Historia Vitae et Mortis* ("Historia de la

vida y la muerte"): "Los turcos emplean una especie de hierba que llaman *caphe*". Insomnio de una noche de verano para aquellos primeros ingleses en probar la bebida, alucinados por el café, descripto por Bacon como una "droga analéptica" tan adictiva como el opio o el tabaco, una promesa de chispazo mental en la oscuridad nocturna.

En los claustros de la Universidad de Oxford, cuyos días de ebullición intelectual fueron registrados con detalle de chismógrafo por el historiador Anthony Wood (en libros de títulos fascinantes como *Athenae oxonienses: la historia exacta de todos los escritores y obispos que recibieron su educación en la más antigua y famosa Universidad de Oxford desde el 15º año del rey Enrique VII el año del Señor de 1500 hasta el final del año de 1690*), algunos iniciados con espíritu de alquimista descubrían en la misteriosa infusión oriental un aditivo para cumplir con las exigencias de sus estudios, como el cretense Nathaniel Conopios, que se jactaba de sus honores como discípulo del patriarca de Constantinopla, o un judío libanés al servicio de un turco, de quien apenas sobrevivió su nombre de pila (Jacob) y que llegó todavía más lejos: con una abundante provisión de granos importada desde Estambul, en el año 1650 abrió la primera cafetería de Inglaterra, para solaz de los alumnos y desconfianza de los profesores. En menos de una década, las cafeterías se multiplicaron por Oxford (para el 1700 habría más de 2.000 en la aún provinciana Londres: una locura), y los más conservadores desconfiaban de esas horas entregadas a la discusión ociosa. Aun con una carrera construida sobre el cotilleo "serio", el remilgado Anthony Wood las consideraba perniciosas cada vez que la conversación de los estudiantes versara sobre meras "noticias" y los "asuntos de la cristiandad" quedaran afuera de ellas. "¿Por qué se deteriora el aprendizaje sólido y serio y pocos o ninguno lo siguen ahora en la universidad?", se preguntó en su soporífero *Athenae oxonienses*: "Respuesta: por las casas de café, donde pasan todo su tiempo". La conspicua oposición de chupacirios como Wood no impidió que la típica cafetería inglesa pronto fuera bautizada como "la universidad del penique" porque por el precio del café uno podía debatir (y aprender) sobre todos los temas del mundo enredado en cháchenas extraordinarias, una prehistoria evidente de la formación intelectual o política, que en las nochecitas de nuestra avenida Corrientes ofrecieron tantos bares por el módico precio de un cortado.

Una chispa negra corrió por toda Inglaterra. En 1652, el griego Pasqua Rosée abrió la primera cafetería de Londres y fue el pionero en publicitar las bondades medicinales del grano: en la calle St. Michael, en Cornhill, el local se promocionaba con un cartel que tenía el dibujo de la cabeza del mismísimo pionero, como hoy las cafeterías de

bandera estadounidense se hacen visibles con la testa de una sirena verde con coronita. En el libro *London Coffee Houses* ("Las casas de café de Londres", 1963), el historiador Bryant Lillywhite cuenta que el emblema se puso de moda como rúbrica de propiedad o promoción comercial y que entonces más de cincuenta locales se identificaban por la réplica del cráneo de sus fundadores, lo que podría haber creado la expresión "cabeza de turco". Los malos olores del colado, las discusiones eternas y el ambiente más de pícaros que de señores que campeaba en las cafeterías ("había una multitud que iba de un lado a otro y me recordaba un enjambre de ratas en una quesería en ruinas; el lugar apestaba a tabaco, como la cabina de una barcaza", se crispaba un cronista de la época) estimularon el ánimo censor de los muy pudorosos custodios de las buenas costumbres británicas. En la Universidad de Cambridge, se dispuso que "todos los de *statu pupillari* que vayan a las casas de café sin permiso de sus tutores serán castigados de acuerdo con el reglamento para los frecuentadores de tabernas y cervecerías". En Buckingham, Carlos II firmaba su *Proclama para la supresión de las casas de café* que eran "el gran centro de reunión de holgazanes y personas descontentas"; pero el rey quedaba impotente en la prohibición del vicio para el estudiante de Oxford o el comerciante de Lloyd's que, aun en la comisión de una falta, asumía el riesgo de una temporada a la sombra a cambio de una taza caliente ("a Seguro se lo llevaron preso": en la literalidad de la interpretación infantil, la frase siempre me angustió. Muy repetida por mi madre como conjuro contra la confianza excesiva antes de un examen, despertaba en mí los temores que compartía con el único inglés que amé, Alfred Hitchcock. ¿Y si el policía de la cuadra quiere meterme preso? ¿Y si soy juzgado por un crimen que no cometí? En su infancia como *cockney* londinense, un episodio selló la matriz de sus obsesiones de adulto, el falso culpable o el hombre común sometido a circunstancias extraordinarias: como castigo a una travesura, su padre le pidió a un vecino policía que lo encierre durante algunas horas en la comisaría. Mi trémula noción del heroísmo alguna vez me llevó a imaginarme como un Montecristo detenido por el único crimen del que podría declararme culpable: tomar litros de café).

El capital no entiende de morales. Aun censuradas, las cafeterías inglesas siguieron los pasos fundacionales de Lloyd's y alumbraron algunos de los negocios más fabulosos del mundo, como la Baltic, donde nació la Bolsa de Transportes Marítimos, o la Jerusalem, donde se creó la lucrativa Compañía de las Indias Orientales. Se dice que la organización arquitectónica de las oficinas modernas nació al calor de aquellas casas, con las mesas alineadas contra las paredes y los cubículos divisorios que serían una evolución modular de las cortinas que ofrecían privacidad a los señores que cerraban sus negocios

alrededor de una cafetera. La vida pública transcurría allí, sin horarios ni pudores. “El café londinense era una institución política: hacía años que el parlamento no funcionaba y el Consejo Municipal de la ciudad había dejado de reflejar los sentimientos de los ciudadanos”, escribió Thomas Macaulay (1800-1859), político superdotado y el mayor historiador británico: “No había nada parecido a los diarios modernos y no era común celebrar reuniones públicas, pronunciar arengas políticas o elaborar resoluciones colectivas como permite la maquinaria de agitación contemporánea. Las casas de café constituían los principales órganos y los medios en que se manifestaba la opinión pública de la metrópolis. Eran grandes las facilidades que ofrecían para propiciar un encuentro y pasar la noche en compañía de los amigos, sin incurrir en fuertes gastos; el lugar donde la clase media acudía interesada por saber y discutir las noticias del día. Cada casa de café tenía uno o más oradores y sus discursos eran escuchados con admiración, lo que luego se transformó en algo que los periodistas modernos dieron en llamar ‘el cuarto estado del reino’”.

Y el cuarto poder. Se dice que había cafeterías donde se discutía de política, en otras se hablaba de economía y en unas cuantas más se debatía de medicina o poesía; y que las secciones de los diarios modernos nacieron como una réplica en papel de este abordaje compartimentado de la realidad, con periódicos como *The Spectator* o *Tatler*, este último creado gracias al espíritu emprendedor de un zar mediático llamado Richard Steele que, como un ciudadano Kane de sus años, empezó a publicar un resumen semanal de los brulotes más repetidos entre los parroquianos y, para conservar el espíritu de cotilleo, dividió en secciones a cargo de “corresponsales” repartidos en las cafeterías. “Registro toda galantería, placer y entretenimiento en el negocio de White; toda la poesía, en el de Will; todas las noticias del extranjero y nacionales, en el de St. James; y todos los artículos intelectuales, en el de Grecian”, distinguió Steele. Si es cierto que, para el título catástrofe que adoran los periodistas, una buena noticia no es noticia, las propias cafeterías inglesas no pudieron imaginar que pronto ocuparían las páginas de Obituarios en el gran periódico de la vida.

Para el año 1750 la tradicional casa de café londinense, epicentro intelectual, político y económico de la vida moderna, había muerto. Con un formidable trabajo de *lobby* que todavía hoy es un modelo de cabildeo para políticos e intermediarios, la Compañía de las Indias Orientales convenció a la sociedad de que el té, el noble producto que cultivaba en sus flamantes colonias de la India, era más saludable que el café porque no era necesario tostarlo ni molerlo ni consumirlo fresco (tampoco ayudó que una plaga de roya, el hongo que ataca el arbusto del cafeto, diezmara las plantaciones británicas en la remota

isla de Ceilán). La Compañía hizo aprobar el monopolio del té, que redujo los impuestos para la hojita y dio origen a un ritual de pompa y circunstancia que se repite puntualmente a las cinco de la tarde en las tazas de damas y caballeros decorosos; las viejas cafeterías, amenazadas por el peligro concreto de la extinción, empezaron a servir licores de calidad rancia y se convirtieron en tabernas de mala muerte, solo aptas para hombres en plan de trampa. Para el año 1800, apenas quedaba una docena. Fue la profecía autocumplida, la vieja admonición de los rectores de Cambridge y de Carlos II hecha realidad. En la intimidad de sus salones levantados sobre las ruinas del viejo bar Jerusalem, millonarios hasta el tuétano y ciegos en su ambición de poder, los barones de la Compañía de las Indias Orientales brindaron con una taza de té: en una traición hamletiana, el príncipe que nació en taza de oro había matado al padre.

D. HOLANDA: ROBO PARA LA CORONA

“I Am sterdam”: yo soy. Yo estoy. En la capital del reino de los Países Bajos, el genial lema turístico explota las posibilidades del idioma inglés y sugiere pertenencia aun para el visitante de paso: “Soy donde estoy”. Aunque viajé muchas veces a Europa, casi siempre por mi oficio de periodista, nunca pude visitar Holanda, el pequeño país de las bicicletas, los tulipanes y la reina de acento argentino. ¿No soy? En la era del turista global, uno “será” en tanto pueda actuar como hombre de mundo, así como el verbo “hacer” haya reemplazado a “visitar” o “recorrer”. “*Hice* Róterdam, La Haya y Ámsterdam”, se pavonea el visitante tipo que en la arrogancia de los kilómetros ganados se asume como gran arquitecto de las ciudades, hacedor con su sola presencia. Como souvenir, amigos que sí fueron me trajeron de allí unos saquitos de té, unos chupetines y una lata de gaseosa empaquetados de un color verde subido y decorados con el trazo impreciso que replica una planta pinchuda de siete hojas. En mi sobrio puritanismo cafetero, consiento la traición: caliento el agua, preparo la taza, aspiro el vapor y dudo al identificar el ingrediente natural del tecito, así como tardé mucho tiempo en interpretar las risitas cómplices o las bromas tontolonas en la anécdota de cada compatriota que, en su escala por Ámsterdam, se haya jactado de visitar un *coffee-shop*.

“¿Qué tal el *espresso*?”, pregunto y caigo otra vez en la inocentada. Así como el *coffee-shop* no ofrezca un cortado como la promesa principal de su menú, en Holanda la tradición del café se remonta a los tiempos de los marinos bravíos que interceptaron los barcos que salían del puerto de Moca, se birlaron las plantas que los otomanos habían custodiado con recelo, las llevaron a sus colonias del sudeste asiático y terminaron con el monopolio turco, solo para reemplazarlo… por el monopolio holandés. Fue un robo para la Corona. Gracias a las gestiones de la eficiente Compañía Holandesa de las Indias Orientales, los países del Mar Rojo perdieron un privilegio de siglos como únicos proveedores del grano a los europeos y Ámsterdam se convirtió en el principal centro comercial de café en el mundo, un vibrante mercado de compradores, vendedores y mercachifles que voceaban los precios a grito pelado, con la seguridad

de asumirse como los dueños del negocio: para el año 1724, sus cosechas en el archipiélago de Sonda (Borneo, Java, Célebes y Sumatra, entre las islas principales) alcanzaban las 500 toneladas por año, una fortuna para el continente europeo, que entonces tenía 120 millones de habitantes: miles de ellos, en el Caffè Florian de Venecia o en el Lloyd's de Londres, edificaban su vida pública alrededor de un café que llegaba desde el océano Pacífico pero que había hecho escala en Ámsterdam. Hasta que Haití, primero, y Brasil, después, les quitaron el cetro a las Indias Orientales, las colonias holandesas podían distinguirse como las principales productoras de café del mundo, en plantaciones que gozaban de los avances tecnológicos aplicados al cultivo, y las crueldades más atroces aplicadas a los esclavos, propios de una época salvaje.

El dominio de las Indias encarnizaba los recelos entre Holanda e Inglaterra, los dos países con ambiciones imperiales que ostentaban su posición hegemónica en todos los mares y tenían sus propias "compañías de Indias" que los llevaron a la guerra cuatro veces, desde 1652 hasta el 31 de diciembre de 1795, cuando el último día del año la Compañía Holandesa de las Indias Orientales dio las hurras finales y el triunfo inglés fue completo. "A pesar de los éxitos comerciales de los holandeses, su sociedad, que se basaba principalmente en los oficios, no logró convertirse en una economía industrial moderna que pudiera competir a la larga, de manera satisfactoria, con la que iba a desarrollarse en Inglaterra", escribieron los investigadores Bennett Alan Weinberg y Bonnie K. Bealer: "El breve y famoso dominio holandés del comercio internacional, la ciencia, la tecnología y las artes empezó a disminuir progresivamente". ¿Pudo haber tenido algo que ver el hecho de que los holandeses no alumbraron sus ideas al abrigo intelectual de la cafeína? Mientras las discusiones hervían en las "universidades del penique" británicas, sus enemigos de la otra orilla del Mar del Norte tuvieron un vínculo estoico con la bebida, apenas económico. Nunca sucumbieron a los lujos de las casas de café revestidas con los suntuosos tapices orientales o acolchadas como los mullidos salones venecianos ni se rindieron a los encantos de una charla sin relojes ni plazos: fueron los primeros en ver el café como un *commodity*. De muebles pesados y oscuros, las escasas cafeterías de los Países Bajos tenían la comodidad de la sala de espera de un dentista, con asientos duros que no ofrecían remanso a ninguna parte blanda del cuerpo, y ni el propio Pasqua Rosée, aquel emprendedor que había inaugurado la primera cafetería de Londres en 1652, pudo cambiar el hábito de los holandeses doce años más tarde cuando, pionero absoluto en el concepto de "franquicias", abrió un salón con su marca en el centro de La Haya.

Los holandeses, siempre tan efectivos en sus resoluciones,

confinaron el café a la reserva del consumo doméstico. Y en público, aun cuando ya no conviden con tanto obsequio a los extranjeros, abrirán sus *coffee-shops* para ofrecer la variedad más exótica del Blue Mountain, no el café más cotizado del mundo sino otra planta homónima que llega desde Jamaica, apenas: puro humo.

E. FRANCIA, EL VISIR Y LA MONARQUÍA

"Es la prometedora revolución de los tiempos, el gran acontecimiento que creó nuevas costumbres e incluso modificó el temperamento humano": con la verba exaltada, el enorme historiador francés Jules Michelet fue uno de los primeros en identificar al agente responsable del ansia revolucionaria, al instigador detrás de la voluntad guiando al pueblo, al agitador de la más fabulosa promesa social de todos los tiempos, libertad, igualdad, ¡fraternidad!, encarnada en los valores de la Revolución Francesa: el café.

Ambicioso por la exactitud, Michelet tardó treinta años en escribir su célebre *Histoire de France* y, entre tomos y tomos dedicados a documentar las guerras de religión o las intrigas palaciegas del Rey Sol, se engolosinó con la infusión histórica que, para él, "ilumina el espíritu de la Revolución, pues aumenta la lucidez de sus adictos". Pero ahí donde los franceses sean más rápidos que ninguno en detectar o imponer modas, cuesta entender por qué se sumaron al furor cafetero después que los italianos, los ingleses o los holandeses. Si es cierto que la nación francesa solo "siente al vino como algo propio, del mismo modo que sus trescientas sesenta especies de quesos y su cultura", al decir de Roland Barthes, en ese chauvinismo (palabra gala, al fin: legado del apellido del patriota Nicolas Chauvin) radicaría la desconfianza inicial frente al vino árabe: en la creencia narcisista de que lo propio es, invariablemente, mejor que lo ajeno, los franceses solo se rindieron ante la infusión cuando tomó la forma de un berretín esnob. En 1669, desde los remotos confines del Imperio otomano, el sultán Mohamed IV estaba urgido de aumentar los lazos con Francia para firmar un pacto de no agresión mientras se preparaba para invadir Viena y por eso envió a la corte de Luis XIV a un embajador llamado Solimán Aga, que sería uno de los grandes padrinos ignotos en la historia universal del café. Austero en sus ropas de lana, sudado después de incontables días de viaje, el turco fue recibido en el Palacio de Versalles por un estrambótico Rey Sol envuelto en un traje de diamantes, con los dedos inmóviles de anillos, la peluca hecha un casco encima de la regia testa e impasible ante los honores del embajador, que le entregó una carta enviada por el mismísimo soberano de todo el Islam y que no impresionó a Luis XIV, que no

tenía más urgencias que las propias y que abusando de su latiguillo ("*l'Etat c'est moi*": "El Estado soy yo"), le ordenó a Solimán Aga que espere su respuesta. El turco se quedó un año.

Pronto convertido en un personaje exótico, de esos que adornan cualquier fiesta, alquiló una mansión en uno de los barrios más exclusivos de París, donde empezaron a circular las historias fabulosas sobre lo que sucedía detrás de esas paredes: que mantenía un clima artificial perfumado con el aroma secreto de los palacios orientales, que un harén de ninfas retozaba libremente por los salones, que había mandado a construir fuentes de agua en las habitaciones, que su populoso séquito se entregaba a las más curiosas aficiones amatorias, que en lugar de vino se bebía una sugerente infusión turca, amarga y astringente, que estimulaba los sentidos. Aunque el café ya había sido descripto cien años antes en una carta que el horticultor Onoio Belli envió al botánico flamenco Charles de L'Ecluse ("los egipcios usan unas semillas para hacer un líquido que llaman *cave*", decía), en la mansión de Solimán Aga abandonó la taxonomía botánica para convertirse en el fetiche de los *fashion victims*: la casa se convirtió en el salón de fiestas más exclusivo de la época; se cuenta que a los invitados varones se les entregaban batas de seda para tumbarse cómodos sobre los divanes y que a las invitadas mujeres se las servía con todo el cariño del que eran capaces los esclavos nubios. "Rodilla en tierra, los negros esclavos del embajador, ataviados con los trajes más espléndidos, sirvieron el mejor café moca, fuerte y fragante, en tacitas de porcelana, delgada como cascarón de huevo, colocadas en platitos de oro y plata sobre unos paños con flecos de hilos de oro, a las grandes damas, que agitaban sus abanicos con muchas muecas e inclinaban sus aquilinos rostros, con colorete, polvos y parches, sobre la nueva y humeante bebida", escribió el erudito inglés Isaac D'Israeli en sus *Curiosidades de la literatura*, él mismo un invitado a la tertulia. Aun sin referencias sexuales explícitas, era lo más parecido a una orgía, con un espíritu exótico y onírico emanado de *Las mil y una noches*. Arrobadas por los encantos del embajador, y excitadas por la cafeína, a las damas de la sociedad francesa se les aflojaba la lengua y compartían los secretos palaciegos, información que Solimán Aga consideraba muy valiosa para sus propósitos políticos, mientras esperaba una respuesta de Luis XIV que nunca llegaría. Pero como sucedería años después con las canchas de paddle o las pistas de patinaje sobre hielo, un furor efímero se apoderó de París, que en las decoraciones de sus fiestas o comercios abusó de tapices y divanes. Si es cierto que "el esnobismo refleja siempre, aunque sea de manera indirecta y deformada, la evolución de las sociedades donde prospera, los movimientos sucesivos de democratización y de mundialización", según escribió el profesor francés Fréderic Rouvillois en su *Historia del*

esnobismo, con su afición por "lo turco", la alta sociedad parisina hizo del café un objeto de deseo para todos aquellos que admiraban sus veleidades y hacían propio el lamento de Honoré de Balzac: "Nada es tan doloroso como ser como todo el mundo".

La "turcomanía" extendió el berretín cafetero entre las familias pudientes, aquellas que podían permitirse el dispendio de traer sus granos desde Marsella. Pero en 1672, cuando la estela de Solimán Aga se había evaporado y solo se conservaba en la forma de un mito urbano como para nosotros pueden ser los cuentos de orgías en casaquintas de Pilar o de roscas políticas en la casa de la calle Gaspar Campos, un armenio llamado Pascal, que pudo haber llegado a París como asistente de aquel embajador otomano aunque no hay precisiones históricas al respecto, se propuso hacer del café una bebida popular: si en esos años, la preocupación era la competencia ("notamos con horror que el café suele desacostumbrar casi por completo a la gente del vino", se escribió en un panfleto), Pascal entendió que la única garantía para el éxito del café era que fuera tan barato como el vino, por lo que empezó a importarlo desde el Levante mediterráneo, evitando los intermediarios marselleses. Primero montó un puesto en la feria de St. Germain y, con los beneficios, inauguró su propia cafetería, decorada como en Constantinopla aunque sin lujos: era apenas la versión ascética del interiorismo islámico. El aroma del café inundaba las inmediaciones del Pont Neuf y, para cumplir con la demanda de los vecinos que querían disfrutar de la infusión en sus hogares, y cautivar a las visitas, contrató a una legión de camareros que iban por las calles ofreciendo *le petit noir* ("el negrito") todavía caliente en sus bandejas, antepasados directos de nuestros vendedores ambulantes que, muñidos de termo y vasitos de plástico, vocean "hay café, caféeeeeeee".

Aunque próspero al principio, el café de Pascal quebró, acaso por el estoicismo que denotaba su decoración sobria y sus lujos escuetos. Recién en 1686 un siciliano llamado Francesco Procopio dei Coltelli entendió que acaso solo en París pueda ser más importante cómo tomar el café que el acto de beber (si es cierto que nadie mejor que un provinciano para convertirse en un auténtico dandi, en mi primer viaje a París adopto la boina, los pantalones ajustados, los mocasines y el aire arrogante de un francés arquetípico: en la terraza del Café Beaubourg, porque así le dicen, "terraza", aunque para nosotros no sea más que una vereda, me recuesto sobre la silla de mimbre que mira hacia la calle, como en la platea de un teatro, contemplo a la juventud que entra y sale del Centro Pompidou, hojeo *Libération* aunque no entienda una sola palabra y, por fin, me siento sujeto de una sugestión romántica que enamora a los hombres de generaciones pasadas y futuras: en cierto estado de la mente, París no se acaba

nunca). Enfrente mismo de la Comédie-Française, el gran teatro nacional, el Café Procope deslumbró con sus mesas de mármol y sus espejos biselados, con sus mozos de pelucas empolvadas y sus cortinas de terciopelo. Cualquiera que haya merecido una línea en un manual de Historia pasó por allí (Rousseau o Diderot, Beaumarchais o Victor Hugo) y hasta el mismísimo Napoleón tomó de fiado aquella vez que, de tan joven y tan pobre, tuvo que dejar su sombrero como garantía de que volvería para pagar su café. Como había ocurrido en Londres, la mutación de una sociedad beoda a una bebedora de café permitió el nacimiento de la sociedad occidental ilustrada. La efeméride cafetera recuerda que la mesa que ocupaba Voltaire sirvió de altar improvisado para sus cenizas, en un alto del camino a su morada final en el panteón, o que su *café du matin* inspiró al madrugador Benjamin Franklin en los bocetos de la primera Constitución de los Estados Unidos. El Procope era el lugar para ser visto, donde la bebida no era tan importante como las apariencias: "Hay dos cosas que los franceses no toleran", escribió Madame de Sevigné, marquesa y *socialité* consumada: "El café y la poesía de Racine". Entrenados en el amargo arte del café oriental, algunos mozos agregaron azúcar en las tazas y, más tarde, inventaron el café de filtro, casi como lo conocemos. En lugar de hervirlo sobre el fuego en una jarrita de latón, como hacían los turcos, ponían el café molido adentro de una bolsita de tela sobre la que vertían agua caliente. Y a veces le agregaban leche, provocando que Madame de Sevigné definiera entonces al *café au lait* como "lo más maravilloso del mundo", sobre todo en las mañanas.

"Grande es la moda del café en París. En las casas donde se vende, los propietarios saben cómo prepararlo de tal manera que suministre ingenio a quien lo beba", escribió en sus cartas Charles-Louis de Secondat, barón de La Brède y Montesquieu: "Sea lo que fuere, cuando salen, todos creen ser al menos cuatro veces más inteligentes que cuando entraron". Si es cierto que "el esnobismo parece haber existido, aunque bajo formas atenuadas, desde el lunes de la semana siguiente a aquella en la que Dios creó el universo", según la definición del ensayista estadounidense Joseph Epstein, la vanidad de los que imitan las opiniones, las maneras de ser y de sentir corrientes en ciertos medios considerados distinguidos se apoderó de los trescientos cafés que abrieron por todo París. Y después fueron mil más. En el Café Vert la estrella era un mono amaestrado que se lanzaba al cuello de los clientes acusados de "aristócratas"; en el Café Laurent, sus distinguidos habitués se daban corte bautizándolo como "la escuela de la sabiduría"; en el Café des Aveugles, una orquesta de ciegos dirigida por un cantante sordo ironizaba sobre la incompetencia del gobierno; en el Café de la Régence, Diderot se eternizó durante años para escribir su *Enciclopedia* a la vista de todos;

en el Café del Palais Royal, el revolucionario Camille Desmoulins se paró arriba de una mesa para arengar a la multitud a tomar las armas contra la monarquía, mientras decidían si elegirían como emblema el color verde, por la renovación, o rojo, por la sangre. Era el 12 de julio de 1789, dos días antes de la Toma de la Bastilla. La Revolución Francesa era un hecho y ahí donde los esnobs se hacían ver había nacido el germen capaz de derrotar al antiguo régimen: los revolucionarios estaban inquietos, azuzados; sobre todo, bien despiertos. Aun discreto en sus efusiones, años después Michelet evocó a esa multitud, levantó su taza en señal de fraternidad y se emocionó: “No hay duda de que el honor de haber causado esa tremenda explosión hay que atribuírselo al café”.

F. AUSTRIA: LA FUNDACIÓN MÍTICA DEL DESAYUNO

La invasión estaba en su punto justo de ebullición: era el agua casi en su momento de hervor. Desde el siglo XV la legendaria enemistad entre el Imperio otomano y los muy católicos Habsburgo se debatía entre la amenaza y el amague. Pero en el verano de 1683, los turcos se decidieron por la empresa faraónica y, dirigidos por el gran visir Kará Mustafá, iniciaron el sitio de Viena. Eran 300.000 soldados sanguíneos y ansiosos de bronca llegados desde Constantinopla, repartidos en 25.000 carpas donde calentaron la pava durante dos meses y si los europeos se sentían confiados detrás de sus sólidas murallas de piedra, los turcos empezaron a cavar túneles secretos, a llenarlos de explosivos y la confianza se fue al garete. La ciudad era un polvorín y el éxodo fue brutal: se cuenta que quedaron apenas 17.000 habitantes, que no había nada para comer, que el mismísimo rey Leopoldo I se mandó a mudar. La situación era dramática.

Lo que los turcos no sabían era que los vieneses habían contado con los buenos oficios de un topo, un polaco llamado Franz Georg Kolschitzky que había vivido algunos años en el Imperio otomano, que conocía bien sus costumbres y que oficiaba como espía. El 13 de agosto de 1683 se disfrazó de soldado turco, cruzó las murallas y logró llegar hasta la retaguardia de los invasores. La otra cosa que los turcos no sabían era que, detrás de ellos, un ejército de 50.000 polacos había acudido en silencio al rescate de Viena por pedido del papa Inocencio XI, urgido en la defensa de una ciudad cristiana. Si es cierto que la historia se repite primero como tragedia y después como farsa, el ejército musulmán también tuvo su "11S": el 11 de septiembre, el campamento y las trincheras de los turcos fueron los escenarios de una batalla que los libros de Historia definen como "violentísima y breve": sorprendidos por la retaguardia, los otomanos no pudieron resistir los ataques de las fuerzas combinadas del Sacro Imperio romano germánico y de la Mancomunidad de
Polonia-Lituania, que se autodefinía como "la liga santa". ¡Qué desparramo! Abrumados por la sorpresa y aplastados por la derrota, en la huida los turcos abandonaron sus tiendas, sus camellos, sus

ovejas, cantidades industriales de miel, arroz, leche y… unas bolsas de arpillera con quinientos kilos de unos raros granos verdes que los vieneses, en el furor de la victoria, creyeron que era alimento para camellos. Sin embargo, alguien sabía que en esos sacos se escondía media tonelada de una fortuna sin tostar.

"Los granos de café, ehhhh, digo… ¡el forraje para camellos!", respondió Kolschitzky cuando las autoridades de la ciudad le preguntaron qué quería como recompensa en gratitud a su audacia patriótica: "Y la licencia para abrir una cafetería". El folclore austríaco recuerda a aquel polaco como un cuentapropista pícaro que se valió de la ignorancia cafeteril de los triunfadores, que después pidió un crédito para inaugurar su negocio, que más tarde consiguió que le regalaran una casa y que de haber podido habría exigido las llaves del cinturón de castidad de la reina. En sus viajes juveniles por Oriente había aprendido las técnicas del tostado, el molido y el hervido para preparar el café oriental tal como lo tomaban los islámicos desde hacía ochocientos años y, con esos quinientos kilos de granos como millonaria inversión inicial, abrió La Botella Azul, la primera cafetería de Viena, un local mítico donde nació el desayuno tal como lo conocemos y que hoy es homenajeado por una de las marcas de café más prestigiosas del mundo, la californiana Blue Bottle Coffee (algunos historiadores sostienen que dos armenios llamados Isaak de Luca y Johannes Diodato fueron los pioneros en vender café en Viena o que un viejo embajador turco había llevado dos cafeteras entre su exótico menaje, pero los austríacos gozan con la repetición de la parábola heroica). Acaso como una manera de olvidar el mal trago de los turcos, Kolschitzky empezó a preparar la infusión más liviana, con azúcar, leche o miel pero sin la borra en que los visires leían el futuro (aunque no hayan podido adivinar la catastrófica derrota). Y para ofrecer una bebida que atendiera el paladar delicado de los centroeuropeos le agregó leche, sacralizando la infusión elegida para el desayuno en Occidente. Los antiguos alquimistas islámicos creían que mezclar el café con la leche causaba lepra y esa burrada se extendió desde el Medio Oriente hasta Europa, un rumor que repetían los marineros que atracaban en el puerto de Venecia. El historiador Ian Bersten, autor del libro *Coffee Floats, Tea Sinks* ("El café flota, el té se hunde"), completa la teoría con una explicación genetista: dice que los anglosajones toleran la leche pero que los mediterráneos, y entre ellos los turcos, los griegos o los italianos meridionales, padecen intolerancia a la lactosa. "Desde los dos extremos de Europa se desarrollaron dos formas diferentes de preparar este producto básico: filtrado en el norte o al estilo *espresso* en el sur".

El café con leche se convirtió en una pasión popular en la ciudad que tiene la Cripta de los Capuchinos, con sus reales sepulturas, como

uno de sus atractivos turísticos principales. Con sus sillas Thonet y sus mesas de mármol cascado, las 2.000 cafeterías vienesas fueron refugio de intelectuales y poetas malditos, acusados por los dueños codiciosos de eternizarse en una mesa por "un café y diez vasitos de agua" (según se repite en Viena). A fines del siglo XIX, esas cafeterías herederas de La Botella Azul, que en el año 2011 fueron directo al bronce al ser distinguidas como Patrimonio de la Humanidad, repartieron lealtades bien definidas: Sigmund Freud merendaba en el Café Landtmann, a pasos nomás de su consultorio en la calle Berggasse 19, mientras que el Central funcionaba como base de operaciones de León Trotski y el Ferstel fue el hogar de Peter Altenberg, rebautizado como "el poeta sin casa" por Claudio Magris en su libro *El Danubio*, porque vivía literalmente en el bar, al punto de que hoy, casi cien años después de muerto, sigue sentado en un banco junto a la puerta, inmortalizado en una escultura de papel maché tan apolínea y realista que el parroquiano desprevenido saluda con un cortés movimiento de cabeza.

Con los dos terrones de azúcar y el vasito de vidrio en equilibrio sobre la bandeja de acero inoxidable, la cafetería tipo de Viena es hospitalaria en el sentido absoluto del término y es destacada como la menos pretenciosa de Europa por el visitante frecuente; entre ellos, mi amigo Edgardo Cozarinsky, genial escritor y cineasta con quien compartí incontables veladas en bares más orilleros y quien, en una entrevista con un diario durante el festival de cine vienés, supo edificar su propio Museo del Chisme en torno a un pocillo: "Al Demel, excelentes reposteros de la corte imperial pero con demasiadas señoras de sombrero, no le di más que una ojeada. Tampoco me atrajeron el Mozart ni el Landtmann; el Central solo por la arquitectura delirante y los retratos de Sissi y Franz Joseph. Busqué en cambio aquellos donde gente de muy distinta edad pasa horas leyendo los diarios sostenidos por varillas o escribiendo en cuadernos. Hoy lo hace en *laptops*. Me interné en el cavernoso Havelka, que parece no haber sido desempolvado desde el fin de la Segunda Guerra Mundial; me cayó mejor el Prückl, con su atmósfera años '50, muy *El tercer hombre*. Finalmente recalé en el Sperl, que iba a ser mi preferido: me cayó simpático, un poco fuera del centro y con algo indefinible que me interpeló, no sé si serán los billares. Hago excepciones: el Kleines Café tarde a la noche, y para el último trago, ya lejos de todo café, el Loos Bar, si es que logro entrar en ese minúsculo recinto de maderas veteadas, ángulos rectos y luces color miel que en 1908 fue recibido, como toda la arquitectura de Loos, como una transgresión al gusto de la ciudad".

Aunque hayan aportado el combustible intelectual para el psicoanálisis, el bolchevismo revolucionario o el diletantismo sin

apuros, las cafeterías vienesas le dejaron al hombre común un legado inmortal: el desayuno tal como se lo conoce en Viena o en la bonaerense Atalaya, escala obligada en el peregrinar de un turista en su ruta de veraneo a Mar del Plata. Una fría mañana de 1683, el siempre emprendedor Franz Georg Kolschitzky notó que, para dotar de consistencia a su desayuno, debía acompañar el café con leche con una colación que aportara las calorías imprescindibles para empezar el día en una ciudad donde la llovizna humedece las cabezas y hace rechinar las rodillas. La idea lo obsesionaba pero no terminaba de materializarse hasta que, finalmente, el hallazgo nació de la chispa de su imaginación pícara y de la habilidad manual de su maestro pastelero, que en homenaje paródico a los turcos derrotados, le dio forma a la pieza sublime por su síntesis, inigualable por su sabor, que sería el desayuno de medio mundo, un puñal en el orgullo bravío de los otomanos: la medialuna de manteca.

G. RUSIA: NOSTALGIA POR EL HAMBRE DE GLORIA

Llego a Moscú sin nieve pero con frío. Catatónico por el síndrome de la clase turista, en la autopista que lleva desde el aeropuerto Sheremetyevo hasta el centro, me mareo con los neones que anuncian: un IKEA, un IMAX, un H&M, un Zara, algunos cafés (nomás Nescafé, con salón, mesas y sillas; o Mak КаФе, versión eslava de los arcos dorados) y unos cuantos puteríos. Es entendible entonces que, después de casi 25 horas de viaje, tenga mis urgencias hormonales: me muero por un café. De visita en la Unión Soviética (así la llamo íntimamente, aunque la *glasnost* y la *perestroika* hayan llegado a la mayoría de edad desde aquella traumática apertura al mundo, fosilizada detrás de una cortina de hierro en mi imaginación infantil, estimulada por mis lecturas como prematuro aficionado a las novelas de espías), me tomo mi primer café moscovita. Muy lindas la educación, la salud y la revolución (o los *gulags*), pero lo que queremos es comprar. Ahí donde comunismo haya sido reemplazado por consumismo, la parábola del capitalismo triunfante se escribe en las imponentes tiendas GUM, con sus 1.200 locales, la verdadera atracción turística de la Plaza Roja, enfrente del Kremlin y de la tumba de Lenin embalsamado, al lado de la Catedral de San Basilio. Construidas a fines del siglo XIX, con sus naves y sus techos de vidrio abovedados, fueron estatizadas en la revolución del ’17, cuando recibieron este nombre: Grandes Almacenes Estatales (“GUM”, en ruso) y, entre tanto lujo presente, cuesta imaginarse las colas que durante el estalinismo llegaban hasta la plaza para conseguir una ración de pan o queso. Empachados de Dolce & Gabanna, Kenzo o Armani, hoy se impone la nostalgia por el hambre de gloria soviético. Adentro del shopping GUM, tomo un *espresso* con el mejor tiramisú que probé en mi vida (en vaso y con dos vainillas como coronas) en Gastronom N°1, una tienda abierta las 24 horas y consagrada a las exquisiteces bálticas, todo vodka o caviar, que reproduce con intenciones escenográficas las viejas proveedurías soviéticas en otro cínico ejercicio de *ostalgie*, según le dicen: como en la película *Good Bye Lenin*, los mejores recuerdos de la miseria.

Cerca del año 1567, el siempre estoico pueblo ruso tuvo sus

primeros contactos con la cafeína, aunque no fue a través del café: los exploradores Iván Petroff y Boornash Yalysheff volvieron de China con noticias sobre una infusión caliente y estimulante, pero no cargaron consigo ninguna muestra; recién en 1618, después de un viaje por tierra que duró dieciocho meses, un embajador chino llevó hasta las narices del zar Alexis varios baúles con hojas de té. Poco después, Rusia importó ladrillos de té por la ruta que iba de Manchuria a Mongolia y que terminaba en la frontera, y construyó un ritual alrededor del samovar, el calentador de cobre que reunía a la familia y los amigos. Si es cierto que Rusia es un "país para los acontecimientos históricos pero en el que nunca existirá una vida normal", según el poeta y revolucionario Eduard Limónov, citado por el escritor francés Emmanuel Carrére en su monumental biografía novelada (*Limónov*), alrededor del año 1700 un contrabandista anónimo empezó a vender café y después todo fue para peor. La infusión se popularizó entre un círculo cada vez mayor de iniciados, que compartían la receta del café hervido con el secretismo de una logia prohibida. La *khlebosolstvo*, una palabra rusa que literalmente significa "pan y sal" pero que se entiende como "hospitalidad", hacía del samovar un centro de encuentro y de la rivalidad entre el té y el café, un motivo de disputas. Años más tarde, el dilema llegó a la corte de Nicolás II, último zar de todas las Rusias, que prohibió la producción y la venta de vodka como una manera de desembriagar al pueblo siempre beodo ("considero que Rusia es una autocracia gobernada por el alcohol", sentenció Honoré de Balzac). Pero en su afán totalitario también prohibió el café y su tráfico o consumo fueron castigados con mutilaciones brutales: al cafeinómano se le cortaban orejas y nariz.

Del otro lado del mar Báltico, el grano encontró refugio como exiliado político en los países escandinavos, que ya habían declarado obsoleto aquel edicto real de 1746 que castigaba "el mal uso y los excesos en el consumo de té y de café" y que había alcanzado la medida ridícula: la confiscación de tazas o platitos. Ahí donde el rey Gustavo III de Suecia se haya propuesto demostrar que el café era un veneno, el tráfico de granos se volvió un negocio lucrativo en la versión congelada de la Ley Seca. En una formidable elipsis histórica, a fines del siglo XX los países nórdicos se habrán convertido en los mayores consumidores de café en el mundo (15 kilos por habitante por año, en promedio) y Rusia, en el principal mercado del café instantáneo: 57.000 toneladas al año contra 30.000 de los ingleses o 28.000 de los japoneses. En 1917, la revolución bolchevique derogó todas las censuras zaristas pero las reemplazó por la escasez de lo prohibitivo: durante los 74 años que duró la Unión Soviética, el café fue casi imposible de conseguir, mientras las tiendas GUM hacían

milagros para lograr la convivencia improbable entre el lujo ornamental y el racionamiento de comida, con las filas de rusos hambrientos que reclamaban una colación estatal y aguantaban el frío hasta la Plaza Roja, donde la única "bebida moderada" a disposición del pueblo eran los tés que se importaban desde la China o la India.

Y en pleno siglo XXI, el mito contemporáneo de los nuevos oligarcas rusos (¿alguien dijo "mafiosos"?) confinó el viejo samovar a la intimidad doméstica y adhirió a la multinacional cafetera: el *espresso* se sirve como en Italia en tiendas de bandera extranjera, como la suiza Nescafé o la yanqui Starbucks, que planta su bandera verde en el (ex) imperio rojo: los vasitos térmicos reproducen la figura de una *matrioshka*, y por el precio de un *latte* ofrecen un ambiente acogedor, con hogar eléctrico, fueguito y todo, en el entorno áspero. "Aparte de las estaciones de metro, que son verdaderos palacios, con mucho lo más hermoso de Moscú, no hay ningún sitio donde hacer un alto, reposarse, respirar. No hay cafés, o bien están sepultados en sótanos, al fondo de traspatios que hay que conocer porque no hay indicaciones, y si preguntás algo a un transeúnte te mira como si le hubieras insultado", escribe Carrére en *Limónov*, citando la amarga queja del poeta maldito: "Los rusos saben morir, pero siguen siendo igual de ineptos en el arte de vivir".

H. ALEMANIA: UNA BUENA SEÑORA SIN FILTRO

Como una Madame Bovary ociosa, la buena señora se aburría en los tradicionales *kaffeklatsch*, esos encuentros sociales muy germánicos donde el café era apenas la excusa para entregarse al chismorreo sobre la vida de los otros. Menos un "Quijote con faldas", según la definición de Ortega y Gasset, que una esposa con inquietudes, la heroína de esta historia también estaba estimulada por el medio burgués al que pertenecía, que la impulsó ya no a salir en búsqueda de molinos de viento románticos sino a servir mejor café para su esposo y sus amigos. En las tertulias de Dresden, Alemania, la diligente señora se sentía frustrada por los ineficientes métodos caseros para preparar la infusión y estaba obsesionada por quitarle el sabor amargo que surgía como resultado del exceso de cocción. Astuta y perseverante, como la buena Mercedes, hija de un señor austríaco que vendía automóviles, la alemana Melitta Bentz fue inmortalizada de la manera en que perduran los mitos en esta época: su nombre se convirtió en una marca.

Una tarde de 1908, mientras esta ama de casa se resistía al hervido de los granos molidos, y cuando el colado con una bolsa de trapo le resultaba poco higiénico, se le apareció la idea revolucionaria: doña Melitta perforó con varios orificios la base de una jarra de hojalata, la forró por dentro con el papel secante que su hijo llevaba al colegio y creó un método de goteo que no solo la haría multimillonaria: aún sin cables ni enchufes, había inventado la cafetera de filtro, la máquina que organiza el desayuno doméstico o el epicentro del cotilleo en cualquier oficina (eternizando, de alguna manera, el ritual de aquel *kaffeklatsch* cada vez que se deba comentar el último chisme entre el señor gerente y su secretaria). El 8 de julio de aquel año Melitta anotó su invento en el Registro de Patentes de Berlín y, como la mecha de una dinamita, su sistema se extendió por los cinco continentes, creando una dinastía con nombre propio. Contrató a un hojalatero para que le fabricara sus propias jarras de aluminio, de las que se vendieron más de mil en la Feria Comercial de Leipzig. Y para 1912, su marido fundó una empresa en la que ocupó la gerencia general y a la que bautizó con el nombre de su esposa, eternizando un linaje que llega hasta hoy, cuando la mayoría de las

cocinas de todos los rincones del planeta esconden en el fondo de sus cajones un pequeño tributo a la mujer que facilitó la vida de los hogares trazando, con el filtro de café, una elipsis similar a la de los pañales: primero, de tela; después, de papel.

Las primeras cafeterías habían llegado a Alemania allá por el año 1670 y, con la tozudez estoica de los alemanes y su reticencia a dejarse influenciar por las costumbres ajenas, los médicos advertían que su consumo podría provocar esterilidad o el parto de niños muertos, desgracias que estimulaban las preocupaciones de las familias abnegadas y que inspiraron a Johann Sebastian Bach para componer su *Cantata del café* (BWV 211), la monumental obra estrenada en 1732 donde los versos irónicos reflejan la consternación de un padre por la afición de su hija por el café, vicio indigno para una jovencita de buenos modales que solo podría curarse con el hallazgo de un buen candidato para casarse. Algunos años más tarde, los alemanes serían pioneros en el descubrimiento de la cafeína y en la creación de su Némesis bastardo: el café descafeinado. Pero entonces tomaban la infusión sin mayores brillos ni glorias, lejísimos de los palacios venecianos o de las rimbombantes cafeterías parisinas y más cerca, en estoicismo aunque no en distancia, del consumo tibio que se hacía del café en Portugal o en España, donde las confiterías no alumbraron gestas ni revoluciones y estuvieron más cerca de la academia que de las trincheras, acaso porque la bebida atemperaba los ánimos más que encenderlos, como pensaba el escritor Ramón Gómez de la Serna: “El café tiene el don de docilizar al indócil, de volver comprensivo al incomprensivo, aun cuando el indolente sigue siendo indolente”.

Ajena a estos dilemas, la curiosa señora Melitta hizo de su país el gran productor mundial de filtros de papel para café, también la génesis de un atroz invento de la modernidad: el café en saquitos (aunque hay lugares donde lo permanente se impone sobre lo fugaz, como la India, donde se usan los filtros de metal, y Francia, donde los filtros de loza ya vienen incorporados en la tapa de jarras en las que el agua se discurre lenta sobre el grano molido). Con su precisión tecnológica y su asepsia estética, en Alemania se creó la máquina de filtro, el modelo de cafetera más popular del mundo por economía y practicidad. Pero le falta encanto. Doña Melitta no advirtió que el papel secante absorbería la mayoría de los aceites del café y, con ellos, buena parte de sus aromas y sabores, llenando una jarra entera del triste jugo de paraguas, siempre liviano, flojo y desabrido.

A diferencia del *espresso*, donde la presión del agua extrae todas las propiedades del grano en poquísimo tiempo, apenas 25 segundos, acá el líquido se vierte gota a gota sobre el café molido y así arrastra toda la cafeína, el amargor y los olores más indeseables: si para aquel

la unidad de medida es el pocillo individual, para la máquina de filtro se impone la jarra, prometiendo el reparto democrático para todos los miembros de una familia numerosa. Es una infusión lenta que prepara una bebida desteñida: el café parece siempre bastante claro y con poco gusto. Con la vocación catódica de un chef mediático, me gusta repetir el truco que goza del didactismo vacuo de toda receta de cocina: “Para que el café de filtro resulte más aromático, humedezca con un vaporizador el grano molido cuando lo haya puesto en el filtro. Prepare como siempre. Huela y beba en el momento (la resistencia eléctrica de la máquina recalienta la bebida). En un ritual improvisado, levante su taza y brinde por aquella señora que hace un siglo se puso a experimentar en su cocina y todavía hoy se cuela en los desayunos de medio mundo”.

CAPÍTULO 4

CAFEÍNA, LA DROGA MÁS OPULAR DEL MUNDO

A. GOETHE, EL ANATOMISTA Y EL DESCUBRIMIENTO DE LA CAFEÍNA

B. LA CAFEÍNA, EN EL BANQUILLO: “¡CULPABLE!”

C. KELLOGG Y EL FANATISMO DE LA BUENA SALUD

D. POSTUM, EL ARCHIVILLANO DEL CAFÉ

E. El café es de Marte y el té es de Venus

F. COCA-COLA Y LA CAFEÍNA: CON LOS CHICOS, NO

G. DESCAFEINADO: LA PROMESA DEL SUEÑO TRANQUILO

H. EL CAFEÍSMO, UNA ENFERMEDAD MENTAL

A. GOETHE, EL ANATOMISTA Y EL DESCUBRIMIENTO DE LA CAFEÍNA

Al principio está el poeta. Aterido por la inquietud, atormentado por el temblor de manos, sugestionado por la idea de la demencia, Johann Wolfgang von Goethe, aun septuagenario pero en la forma plena del vigor físico y la lucidez intelectual, siente en cada atardecer que la noche llega con el peor de los presagios y que la oscuridad lo condena a vagar como un muerto en vida: no puede dormir. Santo barón del Sacro Imperio alemán, profeta romántico de las letras, filósofo de la naturaleza, cultor inmaculado de los dialectos bávaros, “el último verdadero hombre universal que caminó sobre la tierra”, según la calurosa definición de la escritora George Eliot, después de cada cena se enfrenta con el temor pedestre, la imposibilidad de dormir. Es el año 1819 y, en sus elegías nocturnas, Goethe explora los límites de su genio como científico aficionado y extiende los tentáculos de su curiosidad inagotable hasta las zonas más cercanas y remotas de la botánica, la zoología o la farmacia. Se analiza. Se examina. Se obsesiona. En la paz del recoleto parnaso privado del genio consagrado se pregunta, una y otra noche, por qué no puede dormir.

El poeta Goethe tomaba veinte tazas de café filtrado por día. Parece mucho pero no era tanto si se observan sus hábitos pasados. En los ardientes días de su juventud teutona, había adoptado el alcohol y el café como estímulos y como diques para sus incontenibles torrentes creativos pero en el año 1779, cuando llegó a los 30, la ambición de convertirse en un sabio estoico lo animó a reducir sus libaciones a la mitad. Aun así, cerca de los 40, seguía convencido de que el café contenía alguna clase de sustancia maligna, estimulante de la peor forma cuando se la tomaba en exceso, y de esa época es su carta en réplica ofendida a la *socialité* Charlotte von Stein, que por su mal genio lo acusaba de estar sometido otra vez a la adicción al café, a pesar de sus promesas anteriores de ser un hombre probo y libre de todo vicio. Para sus 70, Goethe seguía seducido por la infusión y atormentado por sus recurrentes problemas de sueño. Fue entonces cuando conoció a Friedrich Ferdinand Runge, un joven químico alemán que, a los 24 años, se toparía con el eureka de su vida:

descubriría la cafeína.

A principios del siglo XIX, los naturalistas europeos se rendían ante el interés por la química de las plantas. El inquieto Runge había nacido en un pueblito en las afueras de Hamburgo en 1795 y, como tercero de siete hermanos, ya desde chico demostraba una curiosidad singular: apenas adolescente, y mientras jugaba al químico preparando un medicamento con el jugo de la belladona, le cayó por accidente una gota en el ojo y descubrió cómo se le dilataba la pupila y se le nublaba la vista. Eso le despertó la vocación y, cuando tuvo la edad suficiente, inició sus estudios en la Universidad de Jena, donde se recibió de médico con virtuosas calificaciones. Aquella escuela de medicina seguía la doctrina del anatomista alemán Franciscus Sylvius, que recomendaba "importantes cantidades de té y café como panaceas para la acidez y purificadoras de la sangre". Enterado de que en la universidad daban refugio intelectual al consumo de las infusiones, Goethe cuestionó sus viejos prejuicios: intrigado por los componentes farmacológicos de los alimentos, se entrevistó con una incipiente promesa, el joven Runge, que aún en los albores de su carrera ya era discípulo del venerable Johann Wolfgang Döbereiner, organizador pionero de la Tabla Periódica de los Elementos y amigo fiel del poeta, a quien le presentó a su ayudante para que le muestre su gracia: muñido con una poción de belladona, rubicundo y acelerado, algo torpe en su ejecución, Runge dilataba las pupilas de su gato en un ejercicio de prestidigitación química, casi como un mago de feria. Para entonces, sus colegas ya murmuraban a sus espaldas y repetían el apodo con que lo habían rebautizado: "Venenito", le decían.

Como Gargamel y su gato Azrael en *Los Pitufos*, emulando la mística de cualquier alquimista con su mascota, Runge visitó a Goethe en su departamento con una valija repleta de probetas, pipetas y frasquitos. Y el poeta, que ese día también estaba mal dormido, le regaló a su visitante unos granos de café árabe, animándolo a que analice su contenido. Con el entusiasmo propio de cualquier genio loco en su primera comanda, Runge aceptó el desafío y se encerró en su laboratorio durante varios meses, hasta que, por fin, identificó la cafeína. Blanca, inodora y muy amarga en su presentación original, es un alcaloide, un compuesto orgánico derivado de las plantas, que comparte genealogía con otros descubiertos para la misma época: la estricnina, el veneno que dio posibilidad literaria a los muy púdicos asesinatos de las novelas policiales inglesas, la morfina, la nicotina. "Goethe tenía razón", escribió Runge años más tarde, en el ocaso de su vida como científico: "En esos granos descubrí la cafeína, que llegó a ser tan famosa".

Brillante en el laboratorio pero inadaptado en la vida, Runge fue un genio con destino desgraciado: en sus años maduros, aplicó sus

infinitos conocimientos de química a la resolución de dilemas domésticos, como la remoción de manchas en tapizados o el enlatado de carnes. Como una manera de asegurar un modesto pasar económico, aceptó un empleo en la industria privada y, aunque también descubrió la anilina azul, que hizo posible la posterior fabricación de un sinfín de tinturas, perfumes, pinturas o aromatizantes, un conflicto con la viuda de un antiguo empleador lo dejó en la calle. Murió en 1867, en la pobreza y en el olvido, oprobio acaso sugerido ya en 1823, cuando la palabra *cofeina* aparecía por primera vez en el *Diccionario de términos médicos* de Francia, donde su nombre era ignorado. Dos años después de su muerte, la Sociedad Química Alemana hizo una colecta para rendirle un homenaje, que tomó la módica forma de una placa sobre su tumba en Oranienburgo, que replica la nariz recta y la papada floja de uno de los mayores químicos de la historia. Cuentan que en sus añosos días de miseria, aun olvidado y deprimido, dormía tranquilo y todavía soñaba con aquella epifanía de su juventud, la tarde en que el mayor poeta de su patria lo recibió en su casa, cuando el destino se anunciaba venturoso y el mundo se abría ante él con las infinitas y secretas posibilidades del hallazgo. El científico y el poeta se entendían en la parábola del misterio de la vida. Y si es cierto que "Goethe llevó a las letras la idea de que bastaba imaginar algo perfectamente para conocerlo", según la definición de Borges, el viejo compartía con el joven Runge la bendición de una imaginación fecunda en una época de descubrimientos. Las crónicas no consignan si Goethe le invitó un café.

B. LA CAFEÍNA, EN EL BANQUILLO: “¡CULPABLE!”

Es una creencia insensata de muchas personas enfermas que sus dolencias se deban a que la sangre sea excesivamente espesa. Debido a esa falacia, beben la dañina bebida del café. Las jarras de café y de té que encuentro sobre sus mesas me recuerdan la caja de Pandora, de donde surgieron todos los males.

Simon André Tissot, médico suizo (1728-1797),
De la salud de los eruditos.

Una cafetera y 58 libras de café, unos 26 kilos de oro negro: este fue el testamento que el inglés William Harvey dejó a sus colegas del Real Colegio de Médicos cuando murió, el 3 de junio de 1657, día en el que con su último suspiro exhaló la voluntad final: que todos los años recuerden su muerte alzando una taza de café hasta que aquellas exiguas provisiones se hubieran agotado. Era un médico de pura sangre. Se le atribuye a Harvey, devoto doctor de la corte del rey Carlos I, haber sido el pionero en la descripción de los flujos circulatorios, un temprano Magallanes de venas y arterias, un entusiasta fascinado por esas autopistas sin peaje que transportan biodiesel hasta el cerebro: aunque faltaban doscientos cincuenta años para que se descubriera la cafeína como droga natural, sus efectos estimulantes eran evidentes para los anatomistas, siempre en la búsqueda de ahuyentar el sopor, acariciando la ambición de la vigilia eterna. Medio siglo antes de que se abriera la primera cafetería de Londres, el sibarita Harvey importaba desde Italia su provisión particular de granos, con los que preparaba una infusión sucia y turbia como las aguas del Támesis, que compartía entre sus colegas con el misterio de una poción secreta porque en sus jóvenes años de estudiante en Padua se había vuelto un amante del café. Y si el relato reserva a los grandes hombres la potestad de unas últimas palabras en armonía con su estatura histórica (el melancólico “ay, patria mía” de Manuel Belgrano o el pragmático “apaguen la luz” de Theodore

Roosevelt), el folclore real le atribuye a Harvey una declaración de amor a su bebida favorita en la hora fatal: "¡Este pequeño fruto es la fuente de la felicidad y la inteligencia!".

En pleno florecimiento europeo de las ciencias y las artes médicas, los doctores confinaban el café a la gaveta del boticario: era parte del vademécum farmacéutico de aquel que tuviera que recetar un remedio para la fatiga o el desánimo. Con el morbo de una historia de fantasmas, entre los círculos iniciados se repetían historias sobre atroces consecuencias de la adicción a la bebida, aunque recién en 1890 se publicaría en Francia el ensayo titulado *Del cafeísmo crónico*, que identificaba el consumo excesivo como una enfermedad. La cafeína estaba en el banquillo y el jurado era bastante parcial. En una mezcla de ciencia victoriana e historias de terror a lo Edgar Allan Poe, los enterados hacían circular las fábulas atroces: se recordaba que el rey Gustavo III de Suecia había ordenado a un detenido por asesinato que solo bebiera café hasta su extenuación, como una peculiar condena de muerte que tendría benéficas consecuencias para la investigación médica: permitiría identificar los efectos nocivos de la bebida (con gran pena para sus súbditos, el monarca atribulado por su propia adicción al café fue víctima de las intrigas palaciegas y lo asesinaron en la Ópera de Estocolmo; lo sobrevivió el condenado). "Expongo a continuación el resultado de un experimento realizado en Londres, cuya veracidad me garantizaron dos personas dignas de confianza: un científico y un político", documentó el novelista Honoré de Balzac en su exquisito "Tratado de los excitantes modernos", publicado en 1839 como apéndice de la *Fisiología del gusto*, del gastrónomo francés Anthelme Brillat-Savarin: "El gobierno inglés permitió disponer de la vida de tres condenados a muerte; les dio la opción de ser colgados, según el procedimiento usual en aquel país, o de vivir exclusivamente uno de café; el otro, de té; el otro, de chocolate, sin añadir ningún alimento, sea cual fuere su naturaleza, ni beber otros líquidos. Los muy astutos aceptaron. Es probable que cualquier otro condenado hubiese hecho lo mismo. Como cada alimento ofrecía alguna posibilidad de supervivencia, echaron a suerte la decisión. El hombre que vivió de chocolate murió después de ocho meses. El hombre que vivió de café duró dos años. El hombre que vivió de té sucumbió al cabo de tres años". La moralina de Balzac, él mismo un adicto a la cafeína recuperado, resumía la paranoia de los anatomistas de la época, que consideraban las tres bebidas como drogas de lo más perniciosas y que asustaban a los pecadores con las consecuencias físicas de tan dañina afición: "El hombre del café murió quemado, como si el fuego de Gomorra lo hubiera calcinado".

La superchería religiosa copó el espíritu de algunos hombres de ciencia, que alumbraban hogueras en los estómagos de sus pacientes,

acusando al café de provocar cefaleas y raquitismo, impotencia y muerte prematura, horribles maneras de consumir el cuerpo y disecar los sesos, afeminamiento entre los hombres y esterilidad entre las mujeres. Para otros, el café aumentaba la vigilia y la creatividad, curaba la gota y las migrañas, disolvía las piedras renales y mejoraba el apetito (parece que entonces los médicos diagnosticaban con el mismo apuro intuitivo que el médico al que me llevó mi madre cuando yo era adolescente, ansioso y casi neurasténico acaso por sobredosis de cafeína, al que rebautizamos Dr. Rapiditi al salir de la consulta, por lo fugaz de sus inspecciones y sus juicios que inevitablemente concluyeron con la frase que puede ser de alivio, pero aún más de tortura, para el hipocondríaco: "Usted no tiene nada"). La biblioteca de libros raros escondía volúmenes elefantiásicos con nombres más raros todavía que hurgaban en la alquimia del café, como *Naturaleza de la bebida kauhi, o café, y la baya con que se elabora, descrita por un médico árabe*, publicado en Oxford en 1659; el *Tratado novedoso y curioso del café, el té y el chocolate*, editado en Lyon en 1685; o el todavía más escandaloso *Consejos saludables contra el abuso de los licores calientes, particularmente del café, el té, el brandy y las aguardientes, con indicaciones para saber a qué constituciones convienen y cuándo su uso puede ser beneficioso o perjudicial*, escrito por un tal doctor Duncan de la Facultad de Montpellier y traducido al inglés en 1706. A juzgar por la longitud del título, le faltó un buen editor. Con el morbo de un cuento chino que repite cómo se roban los nenes en el shopping center o la consternación de una familia bonaerense al descubrir que el esquivo perrito que trajeron de sus vacaciones en Florianópolis es una rata amazónica, en las ciudades se multiplicaban las historias truculentas que afirmaban que el hijo del cuñado de un vecino se había envenenado con café.

En la galería de los hombres más notables casi no había quien no estudiara el grano y su influencia en los humores o el físico, como el historiador francés Jules Michelet, el doctor alemán Leonhard Rauwolf, el químico flamenco Jean Baptista van Helmont o el médico holandés Nikolas Dirx, aunque podría decirse que no hubo uno más entusiasta que su compatriota, el excéntrico teórico Cornelius Decker, más conocido como Cornelius Buntekuh, apañado de Federico Guillermo, duque de Prusia, dueño de la Casa de Café Inglesa, la primera cafetería de Hamburgo, allá por el 1679, y autor del *Tratado sobre la excelencia del té*, un *best seller* de autoayuda médica donde recomendaba tomar diez, veinte o hasta cincuenta tazas diarias de infusiones como garantía incomprobable para la vida eterna. Su prematura muerte, a los 38 años, no ayudó a dar crédito a su teoría, aunque el café no tuvo nada que ver con el tropezón que lo empujó escaleras abajo mientras llevaba unos libros de anatomía al duque. ¿O

sí? Los hombres de la corte recordaron a Buntekuh como un enclenque que no podía controlar la agitación de sus manos, el temblor de su ánimo: saturado de cafeína, la droga podría haber causado la pérdida del equilibrio que en el escalón fatal provocó el traspié aciago, el mal paso que pudo haberse evitado.

C. KELLOGG Y EL FANATISMO DE LA BUENA SALUD

"Cuidado con los demonios en tu estómago: pensamientos limpios, intestinos limpios". Obsesionado con la risa o las deposiciones (veía el cuerpo apenas como el accesorio de un gran tubo de entrada y de salida, la ornamenta alrededor de los intestinos, los órganos que debían ser irrigados en agua todo el día, por arriba y por abajo), el médico fanático John Harvey Kellogg creó los copos de maíz mientras soñaba con enemas. "Doctor, ¿cada cuánto debe uno vaciar sus intestinos?", era la pregunta del paciente que lo animaba en sus monsergas cientificistas. "Uno nunca, ¡nunca!, debe interrumpir sus deseos de defecar, como en los zoológicos del Bronx y de Londres, que hacen evacuar diariamente a los primates no una, dos o tres veces sino cuatro; al final del día, las jaulas están llenas de una buena cantidad de salud natural". ¿Y el sexo? "El sexo vacía la salud del cuerpo y cualquier uso para algo que no sea procrear es un desperdicio de energía, de pecados y de vida". ¿Y la carne? "El que mata bueyes para comer se mata lentamente; cada pedazo de carne estaba viva y comerla es como comer un cadáver". ¿Y el cigarrillo? "El hígado es lo único que se interpone entre el fumador y la muerte". En su búsqueda insana de la pureza física, para el estoico médico que hizo del vegetarianismo, la nutrición y el ejercicio una religión pagana levemente inspirada en los preceptos de la Iglesia Adventista del Séptimo Día, otras cosas que debían evitarse eran las camas de plumas, las novelas románticas y la autosatisfacción. ¿Y el café? "Arghhhhhh, el hábito del té y el café es una de las mayores amenazas para la salud de los norteamericanos".

Insuficiencia cardíaca, aterosclerosis, apoplejía, vejez prematura y mal de Bright, una nefritis degenerativa que deja los riñones como dos pasas de uva: pionero de la prensa de la mala salud que ocupa páginas en las secciones blandas de los diarios con sus agoreras premoniciones de "lo que hace bien y lo que hace mal", el doctor Kellogg encontraba en las infusiones la razón secreta para las peores enfermedades. "Se ha descubierto que el origen de la demencia está en el hábito de tomar café", repetía entre sus acólitos, a quienes pretendía convertir en faros

de salud natural: “No estamos felices hasta no estar sanos com-ple-ta-men-te”, pontificaba con el didactismo de los fanáticos. El doctor Kellogg nació cerca de Nueva York en 1852 como hijo del dueño de una fábrica de escobas. Aprendió el oficio de imprentero y, gracias a su temprana curiosidad por indagar los meandros de la sanidad absoluta, se recibió de médico en la Universidad de Nueva York a los 23 años, y dos años más tarde se casó con Ella Ervilla Eaton, una abnegada mujer con la que nunca consumó el matrimonio, por “abstinencia elegida libremente de acuerdo a mis principios”. El doctor Kellogg se mantenía enhiesto como un junco ante los vendavales que pudieran augurar una debilidad de la carne, una renuncia del espíritu. La pareja no tuvo hijos biológicos pero crió a más de cuarenta niños adoptados, todos formados en los rigores de una educación estricta. Y alimentados gracias a los beneficios de su célebre *sanitarium*, donde los pacientes eran tratados con maratónicas terapias de risa, escuchaban que “el té y el café son drogas nefastas y su venta y uso deberían estar prohibidos por ley”, comían como pajaritos y controlaban la respiración, convencidos de que la vida se reducía, apenas, a un movimiento simpático de sístole y diástole.

Paredes blancas, ropa clara, aguas limpias y lechuguitas pálidas: en el templo de la salud, el café era un brebaje tan oscuro como los bajos instintos de los carnívoros o hedonistas. A mediados del siglo XIX, el higienismo era una interpretación naturópata de la salud, que predicaba las bondades del recato de acuerdo a los preceptos del cura alemán Sebastian Kneipp, profeta de “la regulación de la vida cotidiana a través de la simplicidad de la dieta y el abundante uso de agua fría interna y externamente”, según define la *Enciclopedia Católica* de James Walsh, publicada en 1910. En el recoleto Sanatorio de Battle Creek, Michigan, inmortalizado en la película *Cuerpos perfectos* (*The Road to Welville*, 1994), el doctor Kellogg cobraba fortunas por auscultar los intestinos de sus pacientes y permitirles un turno de uso en la “máquina de colocar enemas”, parecida a una que había visto en Alemania y que era capaz de inyectar 57 litros de agua por el recto del devoto atribulado. El tratamiento seguía con la ingesta de una pinta de yogur, ingerida a medias entre la boca y el extremo meridional del tubo digestivo. Su obsesión era la purificación absoluta de la flora intestinal, repleta de bacterias asesinas y contaminada por la carne, el alcohol… y el café.

Si la risa o los deseos de evacuación no debían ser jamás reprimidos, en su búsqueda de la santidad física el paciente debía evitar las infusiones tanto como un encuentro con el diablo. Para el desayuno, nada de café. Ni huevos ni carne ni avena. En su afán sanitarista, el doctor Kellogg fundó junto a su hermano la empresa Sanitas Food Company, que producía cereales integrales. Con los años,

su apellido se convirtió en sinónimo de los copos de maíz, aunque él se jactaba de que solo eran su invento número 75, entre los que se contaban la silla vibratoria o los baños de agua fría con electricidad. En lo más estoico de su dieta, creía que el azúcar era un veneno tan poderoso como la estricnina y esta definición tajante lo empujó a pelearse a muerte con su hermano, quien se quedó con la potestad de la fructífera empresa de cereales. Más intransigente que nunca, el doctor Kellogg aplicaba su superchería médica en el tratamiento de la neurastenia, una enfermedad de moda por entonces, una predecesora directa del *surmenage* típico del siglo XX, una tatarabuela del ataque de pánico moderno: un cansancio inexplicable que aparecería como resultado de haber agotado las reservas de energía mental del individuo. La irritación y el miedo como respuesta al más leve de los estímulos. Con esos síntomas, en 1890 se internó en el Sanatorio de Battle Creek el hábil comerciante Charles William Post, que con los años se convertiría en el profesor Moriarty, en el Lex Luthor, en el satánico Doctor No más radicalizado en contra de la infusión: si la historia del café tuviera las parábolas elegíacas de una historieta de superhéroes, Post sería el archivillano.

Mientras tanto, se reía. Carcajeaba por prescripción médica. Intentaba aplacar la ira, se metía 57 litros de agua por el traste, controlaba la respiración y aumentaba su odio contra el café, bajo la severa mirada del doctor Kellogg, ignorante de que su nombre se leería en la mesa del desayuno de medio mundo, inmortalizado su apellido en una caja de cartón, representado por la paradójica caricatura de un tigre domesticado, que en su alabanza de los cereales reprime el mordisco fatal, intenta ser amoroso aunque no pueda escapar de su naturaleza y dice sin asustar a los niños, feroz en el rugido amable: “¡Grrrrrr… ricos!”.

D. POSTUM, EL ARCHIVILLANO DEL CAFÉ

En la costa, un faro. En el faro, una luz. Y en la luz, una advertencia: "El café hace naufragar a algunas personas". Con la contundencia dramática del blanco y negro y el tono admonitorio de las amenazas, el aviso llevaba inquietud a las mesas del desayuno yanqui en los años en que la salud se convertía en una preocupación nacional y terminaba con la frase inquietante que, aun en la certeza de su sintaxis como en el misterio de su explicación, aumentaba la intriga: "Hay una razón". Mientras los gringos pudientes de fines del siglo XIX reservaban habitaciones en los balnearios y sanatorios de Battle Creek para entregarse a las tortuosas sesiones de enemas, una multitud proletaria empezaba a observar la dieta como un camino de ida a la santidad sanitaria. Por primera vez en la historia, y como herencia del higienismo, la comida era interpretada como algo más que un combustible para la supervivencia. Entre los pacientes del doctor Kellogg se destacaba un tal Charles William Post: nervioso y neurasténico, exigía que lo llamaran C. W. y, sugestionado por el rosario adventista que excomulgaba las infusiones, pronto encontró en la cafeína a la culpable de sus arranques de mal genio, de las fallas en sus reservas de energía, de los renuncios en su templanza. Taciturno y mal comido, alimentado a yogur, enemas, hectolitros de agua y copos de maíz, durante una internación descubrió que los cereales podrían ser un buen sucedáneo del maldito café y entonces dedicó sus escasas fuerzas a crear una bebida que llenara las tazas con unas cuantas onzas de buena salud. En un acceso de megalomanía, el señor Post bautizó "Postum" a su producto y, acaso como consecuencia inevitable de su mal humor, compró centímetros y centímetros de diarios y revistas con publicidades negativas, donde un faro advertía del naufragio inminente. "Hay una razón", repetía Post, siempre elíptico, siempre misterioso.

Con los años, sería el señor Burns del café: multimillonario y ególatra, era el hombre al que todos amaban odiar (un periodista lo describió como "convincente, inquieto, nervioso, ambicioso, dogmático, prejuicioso y con un ego muy desarrollado"). Nacido en 1854 en Springfield, Illinois, amasó una prosperidad temprana no con una planta nuclear sino con una ferretería, que abrió a los 15 años. Y

que vendió un año después. Aquellos primeros dólares lo animaron en su espíritu empresario y, si una sola cualidad tuvieran que elegir los norteamericanos para consagrar a sus héroes pedestres, esa cualidad sería la virtud de hacerse millonarios. El idioma inglés tiene una palabra curiosa para definir a estos hombres: *tycoon*, que en español no encuentra una traducción exacta ("magnate" se aproxima pero no define el espíritu emprendedor de un *tycoon* verdadero). En la última década del siglo XIX, C. W. Post cruzó medio país vendiendo maquinaria agrícola, inventó una olla que no generaba vapor, inauguró una fábrica de tejidos de lana, creó un piano mecánico y unos tiradores "invisibles" que, a la manera de los corpiños sin breteles, prometían elegancia y discreción al hombre atildado. Pero los esfuerzos en multiplicar sus billetes lo dejaron exhausto: tanto que, aun en la juventud y sin enfermedades físicas, se desplazaba en silla de ruedas. Así llegó al sanatorio de Battle Creek, donde el doctor Kellogg lo convenció de que había una razón para semejante flaqueza.

Inodora e insípida en su estado natural, la cafeína ya había cruzado el océano Atlántico y, desde su descubrimiento en Alemania, los médicos norteamericanos discutían sobre sus efectos en la salud humana. Como el paso de un cometa o la muerte de un Papa, el cambio de siglo asustaba a los yanquis con supersticiones milenaristas: cuando el calendario marcara el primero de enero de 1900, las fantasías de un apocalipsis marcharían al ritmo veloz de los inventos de un mundo que se reconocía cada vez más ancho y ajeno: la electricidad, el telégrafo, los ferrocarriles. Por entonces, un estadounidense promedio consumía 5,5 kilos de café por año, casi lo mismo que un siglo después. Pero la dieta saturada de grasas y proteínas hacía de la dispepsia un mal de época: los estómagos de todo un país estaban marchitos.

Todo un parto: Post estuvo nueve meses internado en el sanatorio de Battle Creek y ni los enemas ni las duchas frías con electricidad ayudaron a curarlo de los nervios. Empujado por el fanatismo cristiano de su esposa y de una prima, alumbró una idea: toda enfermedad es producto de un "pensamiento incorrecto". Voluntarista y místico, empezó a pregonar las bondades de la curación mental. Se puso en pie porque se lo propuso. Y durante un desayuno se le evidenció la epifanía: inventó un sucedáneo de café ya no preparado a partir de los granos del cafeto sino de los cereales que comía a la mañana. Se convirtió en un gurú de la vida sana y, como en toda parábola donde el discípulo traiciona al maestro, abandonó el sanatorio de Kellogg y fundó el propio, a pasitos del original, y lo bautizó Hostal La Vita. En su segunda vida, como un Lázaro redimido, gozó de los efectos de una metamorfosis renovadora: delgado y de espalda ancha, se irguió en su postura, se le blanquearon los dientes,

se le abrillantó el cabello. Con la estampa de un galán de cine en los años en que los hermanos Lumière filmaban sus primeras películas, salió a las rutas con el espíritu de un trashumante para llevar a los almacenes su atracción de circo: con un horno portátil y una dotación de su café, hervía la mezcla durante veinte minutos y convidaba el brebaje como pócima para la salud absoluta. Renovado en su vigor físico e intelectual, en los tiempos muertos escribió un libro que, tal vez como mantra de autoconvencimiento, tituló *I Am Well!* (“¡Estoy bien!”), donde evangelizaba sobre las bondades de la curación mental y adoctrinaba: “Recuerde, usted puede recuperarse de cualquier enfermedad corriente eliminando el café y la mala alimentación, y tomando Postum”.

Tal vez como una autoparodia de su pasado como paciente neurasténico, C. W. Post creó el personaje Mr. Coffee Nervous (“el señor Café Nervioso”), que en las publicidades se encarnaba en la figura de un Pierre Nodoyuna de mostacho en punta que repartía irascibles brulotes en contra del café. Para 1897, Post gastaba 20.000 dólares por mes en publicidad (¡una fortuna!) y, aunque no disponía de ningún fundamento científico para calificar al café como una “droga bebible”, lanzó una agresiva campaña en su contra, poniendo la piedra basal de una mala fama que perdura hasta hoy: el Postum se fabricaba en un complejo de edificios pintados de blanco conocido como White City (“ciudad blanca”) y, en el medio de todos ellos, se levantaba el Templo de Propaganda, donde un rebaño de redactores publicitarios alumbraba argumentos en contra del café. Cuando era indagado acerca de los motivos fácticos para despreciar la infusión, Post se escudaba en su enigmático “hay una razón”, que terminó siendo el eslogan de su marca.

“¿Su rasgo cobarde es el hábito del café? ¿Reduce su tiempo de trabajo, mata su energía, lo arroja a una jauría de perros mestizos, embota la sangre pura que le queda y neutraliza todos sus esfuerzos para ganar fama y dinero? Tome Postum”: la retórica alarmista de los avisos mostraba a adictos irrecuperables, hombres violentos, mujeres desesperadas, familias enteras arrojadas al escarnio de la infelicidad por su adicción al café. Con su falsa jerga médica y sus conjuros religiosos, Post resumió un temor de época: el fin del mundo como era conocido. Pionero del marketing personalizado, enviaba cartas a los hogares de los consumidores, donde acusaba a la cafeína de provocar parálisis y desintegrar el tejido cerebral. Pura superchería cientificista, que tomó la prematura forma de publicidad testimonial, donde “adictos recuperados a la cafeína” ofrecían sus edificantes historias de vida, con la verba exaltada de un pastor brasileño en la madrugada televisiva. ¡Pare de sufrir! “Yo fui una esclava del café. Me dolía la cabeza todos los días…”, empezaba el aviso que terminaba con la

conclusión inevitable: “Al tomar Postum, todos mis problemas desaparecieron”.

En pocos años, C. W. Post se convirtió en multimillonario y el colchón que le ofrecían los billetes le permitió afrontar en los tribunales los juicios por difamación; y en las revistas, los avisos incendiarios de las grandes marcas de café, que no dudaban en acusarlo de monje negro. “Enfermedad y pecado son creaciones del intelecto humano y existen solo en un estado hipnótico o anormal”, escribió Post, que en enero de 1914 tuvo un colapso físico y nervioso. El cuerpo lo traicionó después de tantas batallas. La internación del hombre que se había erigido como un paladín de la buena salud provocó una módica conmoción nacional y una oportunidad de venganza para sus enemigos: “Qué curioso que alguien que siempre hablaba de los ‘nervios destrozados por el café’ haya sucumbido a una crisis nerviosa”, se burló William Ukers, director del *Tea & Coffee Trade Journal*: “Si su problema es consecuencia de beber Postum, tiene nuestra más sentida compasión”. Sobrevivió a una operación de apendicitis pero la depresión lo postró en la cama, donde se revolvía como un nudo de tensión: “Tengo la mente perfectamente clara, pero no puedo controlar los nervios”, le dijo a su enfermera la calurosa tarde del 9 de mayo de 1914, un rato antes de pegarse un tiro en el paladar. Se mató por depresión, pero también por orgullo: la “curación mental” se había confirmado como un fraude, su espíritu panicoso lo había convertido en el multimillonario más infeliz de los Estados Unidos y, aunque el Postum se seguiría vendiendo con muchísimo menos éxito hasta el año 2007, su obra dilecta, la Postum Cereal Company, pronto sería transformada por su hija en la corporación General Foods, que fundaría un imperio… vendiendo café. Nadie pudo nunca averiguar cuál era la misteriosa razón que lo animó en su cruzada de odio contra el grano. Pero su ira fue tan legendaria y perdurable que, muchos años después de su muerte, en las tensiones apocalípticas de la Guerra Fría, el ejército de los Estados Unidos rebautizó con un nombre en clave al polonio, una de las armas químicas más mortales, aquella que los espías de la KGB adoraban usar para silenciar a los enemigos. En las intrigas de las misiones ultrasecretas, los jerarcas militares yanquis, en previsión de un inminente fin del mundo, al polonio le decían “Postum”.

E. EL CAFÉ ES DE MARTE Y EL TÉ ES DE VENUS

La furiosa arrogancia de las máquinas contra la frágil delicadeza de la mano humana. Si toda una literatura de autoayuda romántica construyó una industria de superventas al decir que los hombres somos de Marte y las mujeres son de Venus, un nuevo episodio de la eterna batalla de los sexos se libraría en torno a una taza: el café es masculino y el té, femenino. Ahí donde un dogma cientificista de la época rastree en los genes el origen de todas las virtudes y el nacimiento de todos los males, las dos bebidas comparten la cafeína como elemento central de su ADN pero, en los ambiguos términos de la mitología, una es XX y la otra, XY. Cualquier erudito de las infusiones sabrá que cada taza de café filtrado tiene 100 miligramos de cafeína, el doble que una taza de té, pero las diferencias son más simbólicas que químicas. El café exige la performance mecánica porque el *espresso* es el resultado de un complejo sistema de pistones, bombas, tubos y enchufes. El té se conforma con la modesta manufactura táctil, etéreo en sus hebras, delicado en su hechura, liviano en su degustación. El café hace ruido. El té es silencioso.

En las exigentes fábricas inglesas de la Revolución Industrial, el desarrollo de la máquina de hacer café resumió la urgencia de proveer cafeína como estímulo a los obreros que debían estar alertas en la línea de montaje, mientras que el té se degustaba de a sorbitos mudos, con pompa y circunstancia, en los salones de las señoras de la nobleza británica (al tiempo que, en la remotísima isla del Sol Naciente, las geishas se perfeccionaban en el *chanoyu*, la complicada ceremonia del té de la que ningún japonés de este siglo participó jamás).

Observado por los inquisidores de todas las épocas, el café fue juzgado como una droga venenosa, casi una bebida de díscolos y bohemios, un estímulo inconveniente para la agudeza mental o un aditivo para el oficinista estresado y el juerguista resacoso. Pero el té fue la bebida del sosiego, un bálsamo recoleto para el meditabundo; ahí donde uno haya despertado la ira de Honoré de Balzac en su diatriba contra la comedia humana, el aroma del otro habrá activado la memoria del remilgado Marcel Proust, siempre nostálgico, eternamente herido de melancolía. Si en la rutina de un chico interesado en forma prematura en los asuntos de los mayores el café era una exigencia y un berrinche

matutinos, el reemplazo de la infusión solo era admitido, entre resoples y bufidos, por la regaña materna en tardes de anginas o de indigestiones: por inocuo y medicinal, el tecito con limón fue (es y será) bebida de enfermos.

"Cuanto más se reflexiona sobre ella, más paradójica parece la dualidad de la cultura de la cafeína", escriben Bennett Alan Weinberg y Bonnie K. Bealer en *El mundo de la cafeína, la ciencia y la cultura en torno a la droga más popular del mundo*: "Después de todo, tanto el café como el té son infusiones aromáticas de origen vegetal que se toman frías o calientes en cantidades similares, ambas se mezclan a menudo con leche o azúcar, ambas están disponibles universalmente en prácticamente toda tienda de abarrotes o restaurante en la sociedad civilizada y ambas contienen el mismo estimulante alcaloide psicoactivo idéntico: la cafeína". En un mundo dividido entre Occidente y Oriente, zurdos y diestros, Coca-Cola y Pepsi o búhos y alondras, el café y el té resumen la parábola novelesca de los hermanos peleados a muerte, en mi barrio de la infancia: los turcos Hassan, que levantaron una medianera justo en la mitad de su negocio y ahí donde había una sedería de la noche a la mañana hubo dos, rebautizadas con los precisos "Sedería Hassan I" y "Sedería Hassan II". Era dominio de guapos; ya desde la vereda de la avenida se olía el perfume del café a la turca, que preparaba una de las esposas, laboriosa entre telas en los fondos del comercio y distanciada a la fuerza de la cuñada aunque en el mercadito, a espaldas de los maridos enemistados, intercambiaban cotorreos cómplices.

Si en el *espresso* la cafeína se condena con la punición de un excitante moderno según los parámetros morales del moderado, en el té se absuelve como remanso para la espiritualidad. La cafetería es un espacio democrático de socialización, un ágora público para discutir los asuntos del mundo; la casa de té es silente como un coto privado, íntima y decorosa en sus tradiciones. Pero los viajeros experimentados saben que en los márgenes existe una tercera posición. Ya desde tiempos de los beduinos, entre los árabes de El Cairo la hora del café es una ceremonia de rituales complejos y el té es la bebida preferida de los obreros. "Esa bebida se preparaba tan fuerte que el contenido de cafeína y tanino de una tacita del tamaño de un dedal era suficiente para darle una buena sacudida a todo el cuerpo", escribieron Louis Charles Vaczek y Gail Buckland en su libro *Travelers in Ancient Lands: A Portrait of the Middle East, 1839-1919* ("Viajeros en tierras antiguas: un retrato del Medio Oriente", una exploración de las culturas ancestrales durante el siglo XIX). "El té negro hervido llegó a ser una droga normal entre los que ejercían trabajos pesados, que regularmente hacían una pausa para eliminar la fatiga y saciar el hambre con unos tragos del espeso y revitalizador té negro". Las

orillas de El Cairo supieron ver a robustos hombretones que, al descargar las bolsas de los hombros en los ásperos muelles del puerto, levantaban el meñique para degustar una tacita de té caliente: ajenos al género de la infusión, el hábito XXY les hacía hervir la cabeza.

F. COCA-COLA Y LA CAFEÍNA: CON LOS CHICOS, NO

Los dientes patinan, lustrosos y afilados como cuchillas sobre hielo: el azúcar me mata. Y mientras siento que, con cada vaso de gaseosa, mis paletas pierden su esmalte como un perro viejo el filo de sus colmillos, la tentación de una pinta helada se me hace inevitable en las tardes bochornosas: si una liturgia matinal me obliga a empezar el día con una taza de café, una tradición vespertina me impide tragar una Coca-Cola antes del mediodía, a la vez que bebo y me torturo con la pregunta: "¿Tengo que sumar este vaso a las tazas de café que tomo por día?". Una manía sanitarista anima a contar las calorías y censar la cafeína, en columnas de números que aumentan las taras de un obsesivo-compulsivo con fantasías de salud sin máculas. Bebe el bebé. Ahí donde se haya dicho que la gaseosa y el café comparten la cafeína, en esa matriz demoníaca (¿puro veneno?) se esconde la pregunta que puede ser la semilla del diablo: ¿por qué los padres le niegan al niño un *ristretto* pero llenan de Coca-Cola sus mamaderas?

En sus inicios, la Coca-Cola era un tónico casi medicinal que se vendía en las farmacias, eureka fundacional del químico John Stith Pemberton, veterano de guerra, adicto a la morfina, entusiasta irredimible, víctima precoz de un cáncer de estómago, hombre total según el canon del 1800 y creador accidental de la bebida mientras buscaba un remedio contra las náuseas y la diarrea. En la era dorada del curanderismo, Pemberton pasó los últimos años de su vida desmintiendo que su bebida haya llevado la cocaína a la mesa de los hogares puritanos, aunque él estaba secretamente fascinado por las posibilidades terapéuticas de la hoja de una planta crecida en el Perú, tan remoto de Atlanta, Georgia, como Saturno de Parque Chas. A fines del siglo XIX, los países del Nuevo Mundo vivían la transformación más dramática de sus púberes historias: mutaban de precarias sociedades agrícolas a complejos conglomerados urbanos con fábricas, empresas y talleres. En los Estados Unidos, aquella Coca-Cola de Pemberton se promocionaba como "un tónico para los nervios", una receta infalible contra el mal de la época. "El diagnóstico de la neurastenia era un signo de buena crianza y de una alta condición

social", escribe Mark Pendergrast en *Dios, Patria y Coca-Cola, la historia definitiva de la gaseosa más famosa del mundo y de la empresa que la produce*, un libro que reconstruye la mitología de un país a través de su bebida insignia: "Solamente las personas cultas, con temperamentos refinados, o intelectualmente muy activas, estaban expuestas a esta afección. Los obreros de fábrica eran demasiado ignorantes y saludables para verse afectados". Por primera vez en la historia, y mientras el doctor Freud gastaba los resortes de su diván (y también entonaba su "canto de alabanza" por las bondades de la hoja de una planta crecida en el Perú…), la lucha de clases encarnaba en una nueva forma de enfermedad, la neurosis. Y contra los síntomas, una bebida con una fórmula secreta. Y en la fórmula secreta, un ingrediente fundamental: la cafeína.

Inodora, insípida, impía. Las tensiones entre una sociedad tradicional y las modernidades industriales se dirimían en los tribunales feligreses: "Es misterio de Dios". Si trescientos años antes el papa Clemente VIII se había obligado a bautizar el café, para el 1900 los exorcistas se obsesionaron con la Coca-Cola, pariente degenerada de aquel, transformista sintética del vino árabe: "La Coca-Cola es el primo artificial del café, porque la droga que los hombres ponen en la Coca-Cola es la droga que Dios pone en el café: la cafeína". Ese era el argumento de los detractores. Y entre ellos, el más notable: el doctor Harvey Washington Wiley, jefe de la Dirección de Química Estadounidense, ángel guardián de la salubridad en alimentos y bebidas en aquel cambio de siglo. Severo e incorruptible, Wiley era un macartista de la dieta y, en su cruzada personal en contra de las drogas, tenía dos obsesiones públicas: la cafeína y el futuro de los niños, lo que animó su campaña de exterminio de la Coca-Cola en sus albores como potencia: "El café y el té son bebidas de adultos", pontificaba. Pero los chicos eran (¡son!) los principales bebedores de esa gelatina oscura y los padres no advertían sus peligros. Enemigo de los adulterantes, sus fieles lo llamaban "predicador de la pureza" mientras ponía en las calles su arma letal: en 1902, un grupo de veinte jóvenes voluntarios tenía la misión de probar los alimentos y las bebidas para detectar aditivos sintéticos y divulgar la catequesis de la sanidad. En un rapto de inspiración, Wiley los bautizó El Escuadrón del Veneno.

"Nerviosismo. Hábito. Indigestión. Ninguna droga potente, como se reconoce que es la Coca-Cola, debería ofrecerse al público en una forma diferente a su condición natural, y de ninguna manera sin el conocimiento del consumidor": una caricatura publicada en los diarios de la época resumía la batalla personal de Wiley que, en el fondo, encontraba la cafeína como culpable de los nuevos males de una nación en crecimiento. La campaña terminó en un juicio sonoro

iniciado el 13 de marzo de 1911, titulado con el pomposo "Los Estados Unidos contra cuarenta toneles y veinte barriles de Coca-Cola", que era la cantidad que había podido confiscar. Por sus estrados desfilaron testigos laicos, remilgados químicos que definieron la cafeína como "una sustancia venenosa"; pragmáticos, comerciantes que veían en la gaseosa un filón millonario; epicúreos, médicos que equilibraban el efecto nocivo con las ventajas como estimulante; y religiosos, fundamentalistas que argumentaban que el consumo de Coca-Cola animaba a un aquelarre sexual que debilitaba las defensas de las chicas y despertaba los bajos instintos en los varones, en una creencia profana que perduró hasta los bailes de la década del '60 en las geografías más lejanas, cuando las madres advertían a las hijas de los riesgos de una Coca-Cola con una aspirina como sucedáneo del estimulante sexual, un Viagra de venta libre en el Club Comunicaciones de Agronomía, líquido y apto para menores de 18.

El jurado falló a favor de la empresa, convencido por el hábil argumento de sus abogados defensores: si la cafeína estaba presente ya desde la fórmula original del viejo Pemberton, no puede considerarse un aditivo. Archívese. En la cumbre de su popularidad como custodio de la salubridad, Wiley renunció un año más tarde. Pero las mamaderas de medio mundo ya rebosaban de Coca-Cola, aunque la compañía se había comprometido como resultado del juicio a no exhibir a menores de 12 años en sus anuncios (pacto de caballeros que mantuvo, con menores y mayores niveles de cumplimiento, hasta 1986). "No sabemos de ninguna otra droga que altere el estado de ánimo y cuyo consumo entre los jóvenes sea o haya sido no solo legal en todas partes sino aprobado y fomentado por los adultos", escribieron Bennett Alan Weinberg y Bonnie K. Bealer en *El mundo de la cafeína*. Padres renuentes a compartir un *espresso* con sus hijos consienten la ingesta de gaseosa cola, chocolatada o guaraná. Y si el café fue el monje negro de las infusiones en épocas de inquisiciones, la Coca-Cola gozó de los favores de un santo bebedor.

En 1931, a pocos meses de la muerte de Wiley, un robusto veterano de barba blanca y gorro frigio rojo apareció cargando una bolsa de regalos y tomando del pico de una botella *contour*: como la "onda dinámica", una marca registrada en Atlanta. Hasta entonces, Papá Noel se aparecía como un elfo de traje verde o un flacucho de porte estoico. Pero el artista sueco Haddon Sundblom, contratado por el Departamento Creativo de Coca-Cola, construyó el mito navideño más perdurable al dibujar a un gordinflón bonachón que cumpliera, apenas, con un par de requisitos: que vistiera los colores de la marca. Y que se mostrara como un fanático del azúcar. Y de la cafeína. Inspirado en un vendedor jubilado de la gaseosa, Sundblom creó una imagen icónica para todo Occidente, que se multiplicó en avisos

comerciales, álbumes de figuritas, muñequitos de colección, decoración para comercios: un abuelo de cachetes con rosácea que regala juguetes y se viste con el uniforme de Coca-Cola. Los consumidores se fanatizaron con la bebida, tal como cita Mark Pendergrast una publicidad testimonial que resume la afición inadvertida por la cafeína de un mecánico de Rhode Island y su familia: “Tengo un bebé de 15 meses que no toma otra cosa más que Coca-Cola. Me siento muy orgulloso de mi hijo, que aprendió a decir ‘Coca-Cola’ casi al mismo tiempo que ‘pa-pá’”.

La batalla estuvo ganada el día en que los hijos se convirtieron en los dictadores módicos de las familias culposas. ¿Todo va mejor con Coca-Cola? Ahí donde el café era apenas una bebida estacional (en invierno las ventas se descalabraban), las gaseosas se mantenían estables en todos los climas, deseables en todas las ocasiones, con una mitología secular construida alrededor de sus “fórmulas secretas”: según la Administración de Alimentos y Medicinas de los Estados Unidos (la poderosa FDA, por su sigla en inglés, el organismo que alguna vez ayudó a construir el viejo doctor Wiley), una latita de Coca-Cola de 355 mililitros tiene 7,2 miligramos más de cafeína que una de Pepsi, su rival eterno. Con la inestimable ayuda de Papá Noel, los niños, y después los jóvenes, no quisieron perderse la “onda dinámica” y abrazaron la gaseosa como bebida generacional (en una elipsis fabulosa, para la década del ’60, el rechazo de los *baby boomers* por el café desmoronó el consumo anual per cápita en los Estados Unidos y en medio mundo). Faltaban algunas décadas para que Starbucks, con su oferta de café-postre multiplicado en talles XL, volviera a seducir a los jóvenes. Pero mientras tanto, las madres escrupulosas prohibían el café en las infancias aunque consentían las gaseosas, criando hordas de chicos con caries, fogoneando una industria de tornos, dentistas, aparatos y, en los casos más irreversibles, adhesivos para prótesis dentales: “En el Sur, ya es la bebida del desayuno y ahora la práctica de una Coke y una dona por la mañana está invadiendo Nueva York”, publicó la revista *Business Week* en 1936: “La competencia más temida del café es la Coca-Cola”.

G. DESCAFEINADO: LA PROMESA DEL SUEÑO TRANQUILO

Ahí donde se diga que la literatura médica todavía no reseñó un solo caso de muerte por sobredosis de cafeína, la inquietud natural por su salud y el afán de protagonismo del hipocondríaco harán que la pregunta le golpee en la cabeza: "¿Y si yo soy el primero?". Sueña con ver "su caso" estudiado en universidades y hospitales, dramatizado en documentales del canal Discovery o descripto clínicamente en los anales médicos aunque en eso le vaya la vida. Si Woody Allen planteó la diferencia entre un hipocondríaco y un alarmista, en tanto aquel imagine una dolencia que no tiene y este exagere hasta la locura el síntoma inocuo, una leve indigestión siempre interpretada como un infarto masivo, uno y otro contarán las tazas diarias de café soñando con la única manera útil de alcanzar la inmortalidad: no muriendo. El hipocondríaco no le teme a la enfermedad, fantasea con ella; y en tanto bebedor de café, podrá imaginarse como un héroe trágico, un Balzac desmadrado que, con la pluma envenenada y al borde del desmayo por exceso de cafeína, entrega su vida al folclore médico. Si la tolerancia de un hombre promedio oscila entre los 500 y los 900 miligramos por día, un nivel tóxico severo se alcanzaría recién al consumir 10 gramos, o 100 tazas de café en menos de 24 horas: una proeza deportiva.

Con el gesto papal de un doctor bondadoso, el actor Robert Young se instalaba en el living de una típica familia yanqui y decía: "Muchos médicos aconsejan a millones de norteamericanos que beban Sanka si la cafeína los vuelve irritables". La madre se retorcía consternada y al padre, en tensión por la lectura indigesta de un diario, se le exigía "relax". En 1976, Young estaba en la cima de su popularidad al interpretar al doctor Marcus Welby, un médico de cabecera como los que ya no hay, en la telecomedia homónima que se vio en medio mundo. La corporación General Foods, aquella que había fundado C. W. Post, lo contrató para protagonizar los comerciales de su marca Sanka, la más popular de café descafeinado en los Estados Unidos, que había recibido su nombre por una contracción de inspiración gala: *Sans caféine*, en francés. En criollo, "sin cafeína". En inglés, Sanka.

Acaso con los temores derivados de la Guerra Fría, la paranoia estadounidense alcanzaba picos de rating: para 1980, por primera vez se definía el cafeísmo como un desorden psiquiátrico digno de medicación. El buen doctor Marcus Welby abrazaba la causa de llevar sosiego a los hogares norteamericanos con una taza descafeinada como remedio contra los nervios y en prevención de un regaño o un golpe acelerados por el *surmenage*.

"Descafeinado: dícese del café que ha seguido el tratamiento consistente en eliminar la cafeína del café verde": la clínica definición Larousse, en su libro *Café, manual de degustación*, no alcanza para explicar lo que el descafeinado significa para el bebedor fiel: un sacrilegio.

Siempre hábiles en la práctica de la química, los alemanes fueron muy coherentes en sus aptitudes. Si en 1819 el entusiasta Friedrich Ferdinand Runge descubrió la cafeína, menos de un siglo después un compatriota patentó el descafeinado, en un *blitzkrieg* que declaraba la guerra relámpago a la droga. En 1903, la paranoia con respecto a los efectos nocivos de la cafeína animó a los empresarios del ramo a imaginar granos sin el alcaloide, impolutos como un vaso de agua, aptos para las madres atribuladas y los padres nerviosos. Como en toda fábula épica, el espíritu de la gesta está animado por el ansia de venganza o el trauma infantil: en Bremen, Alemania, el comerciante Ludwig Roselius estaba convencido de que su padre, un catador profesional de café, había muerto envenenado por la bebida. También estaba convencido de la superioridad de la raza aria, causa para la que trabajó con el fervor fanático de un nazi y que le abrió las puertas a una reunión con Hitler en 1922. Intuitivo con las probetas, Roselius quiso satisfacer una demanda del mercado y empezó a experimentar con los granos verdes sin tostar, los recalentó con vapor y después los impregnó con benzol, un potente solvente. El milagro se hizo: consiguió extraer la cafeína casi por completo (hoy, las convenciones internacionales indican que, para gozar de su derecho a ser calificado como "descafeinado", el grano no debe tener más de 0,1% de cafeína). Tan hábil en los negocios como en el laboratorio, el Mengele del café fundó su propia marca llamada Kaffee Hag, nacida de sus experimentos químicos y que se hizo popular entre los niños por sus álbumes de figuritas con emblemas heráldicos y entre los grandes por su promesa de una bebida sin temblores ni insomnios.

El invento cruzó a vapor el Atlántico y en los Estados Unidos apareció la marca Dekafa, creada por los laboratorios Merck y, después, Sanka, que se convirtió casi en un genérico con sus latas anaranjadas: todavía hoy, ese color es un ícono visual para el descafeinado y, en los aviones de muchas aerolíneas, el termo con tapa naranja es el que guarda la bebida despojada de su componente

principal, una promesa de sueño sin turbulencias para el pasajero con miedo a volar. Atiborrado de pastillas, el hipocondríaco reniega de los efectos de la cafeína en su organismo pero consume mansamente solventes y otros químicos: para 1910, otro alemán llamado Robert Hübner creó su Hübner Health Coffee con un método que usaba agua pura, en lugar de solventes, para extraer la cafeína. Hoy, los sistemas de descafeinado son herederos de las invenciones de Roselius o de Hübner, con químicos o con agua. "El principio general consiste en empapar los granos en agua, extraer la cafeína con un solvente orgánico o por absorción sobre carbón activo, y finalmente volver a mojar los granos en el líquido empobrecido en cafeína para que reabsorban los otros compuestos", explica un experto: "El solvente (generalmente se usa acetato de etilo) no entra en contacto con los granos sino con el agua, aunque ahora las marcas de café gourmet solo realizan el descafeinado con agua, sin el empleo de solventes ni químicos". Una irónica parábola de la historia: si la cafeína fue acusada de ponzoñosa durante cinco siglos por ser un alcaloide natural, en el proceso por exterminarla se usaron químicos como el tricloroetileno, el dicloroetileno o el cloruro de metileno, que podrán llenar la sangre de solventes pero eliminarán el riesgo mortal de tomar cien tazas en un día.

Años después del buen doctor Marcus Welby, siempre amable en la tanda, al regresar de comerciales, el animador televisivo David Letterman mira fijo a la cámara de su *late show* y, con la taza en la mano, escupe: "Odio el descafeinado. Es agua sucia". Sardónico y entusiasta, el bebedor experimentado insiste en que, además de la cafeína, en el proceso de pasteurización se evaporan los aromas y los sabores que convierten el pocillo en una embajada de Colombia o Kenia en 30 mililitros. Si un lugar común del honestismo, en su ostentación de virtud, pone en boca del político sospechado o del empresario dudoso que "apoyo la cabeza sobre la almohada y duermo tranquilo", el descafeinado ofrecerá la promesa del sueño de los héroes para el que quiera pasar una noche sin respingos. Otros prefieren las emociones fuertes que brindan el café o el amor, venenos que no son tan fuertes para matarnos pero que nos convierten en sumisos esclavos de un erotismo cotidiano si acaso fuera cierto que, al decir del capocómico Robin Williams, "tomar descafeinado es como masturbarse con un guante de cocina".

H. EL CAFEÍSMO, UNA ENFERMEDAD MENTAL

“Usted es un enfermo mental”: sin diplomacias ni remilgos, el médico es contundente en su diagnóstico y, aunque nunca se me haya dicho semejante cosa a la cara, siempre fantaseé con ser el caso raro que la ciencia estudie y compile en sus anales. Para el adulto que fue un niño con fantasías de yonqui más que de bombero o superhéroe, el más raro mal sería el del café, adonde encontraría una moraleja romántica en el obituario que sobre el trágico final de su vida harían en los noticieros si fuera famoso, o en el comentario acre de las tías más resignadas en tanto el sobrino haya exigido su cremación con la fantasía de pasar toda la eternidad adentro de una taza de café: “Murió de tomar lo que más le gustaba”.

En 1980, este enfermo mental (yo) daba sus primeros pasos en Parque Chas mientras en los Estados Unidos los últimos suspiros del gobierno de Jimmy Carter inundaban al país en la amargura de la gloria perdida que ni hectolitros de su mayor orgullo nacional, la Coca-Cola, podían endulzar: el papelón de los rehenes en Irán, la crisis del petróleo y el “discurso del malestar” (así se llamó) fueron algunos síntomas de lo que vendría, el giro a la derecha de los años de Ronald Reagan. Después de una década de “debilidad” y traumas por los asesinatos de los hermanos Kennedy y de Martin Luther King o por el apocalipsis institucional de Watergate, los *hippies* cedieron su lugar a los *cowboys* y a *yuppies*, quienes con la arrogancia de sus espuelas de acero o de sus tarjetas de crédito corporativas podrían gritarle al mundo que Norteamérica volvía a ser la potencia con priapismo que mantenía firme la correa del mundo, aun mientras una enfermedad ominosa sepultaría para siempre el espíritu generalizado de libertad y goce que se había heredado de los ’60. En Inglaterra pasaba algo parecido justo cuando una mujer fálica llegaba al poder para terminar con la genuflexión del tecito de las cinco de la tarde y para darle a los sindicatos con un hierro. “Con la ascensión de Thatcher y de Reagan al poder y la aparición del sida, se volvió evidente que las libertades de todos los tipos y colores ya habían comenzado a ser restringidas”, escribió el crítico cultural estadounidense Peter Shapiro y, en esa elegía, se sellaría la matriz de una nueva enfermedad mental: “En medio de un clima tal, hablar de sexo y placer afirmativamente era un

gesto tan radical y provocativo como lo había sido declararse el anticristo en 1977 y a principios de los ochenta el cuerpo devino el principal terreno de batalla, no solo a causa del sida sino, al menos en los Estados Unidos, también a causa del derecho al aborto en vistas a la escalada de la reacción conservadora y evangélica". En la nueva moral *neocon* fogoneada desde los estados del Bible Belt (el "cinturón bíblico" geográfico donde el protestantismo evangélico tiene mucha prédica), las libaciones como fuentes de placer volvieron a ser agentes de disrupción social tan peligrosos como los espías rusos que, se decía, anidaban inactivos tras la fachada de sonrientes familias yanquis de Washington o Minnesota, siempre amables pero tensos en la espera del llamado de un teléfono rojo que active el plan de destrucción masiva. Si el amor libre fue tan condenado como había sido el alcohol en la década del '20 y el placer dionisíaco desapareció de las discotecas, que mutaron de aquelarres cocainómanos a salones de charla para el ejecutivo en el cabildeo de su *after office*, el cuerpo se reinterpretó como un templo sagrado y los postulados satanistas del viejo Postum fueron exhumados hasta que en ese 1980 finalmente se diagnosticó el cuadro diabólico de convulsiones, delirio, palpitaciones y vómitos como el resultado de una nueva enfermedad mental, el cafeísmo: "Estado morboso o de intoxicación por un consumo abusivo de café".

Soy un morboso. Con la curiosidad insana del que pasa despacito ahí por donde hubo un accidente de tránsito solo para desviar la vista ante la sospecha del bulto amorfo o el manchón rojizo, busco fotos y datos de casos extremos de cafeísmo, más para regodearme en la desgracia ajena que para identificarme como uno de sus mártires. Pero no encuentro mucho material porque como dolencia, comparada con la esquizofrenia o la psicosis, el cafeísmo es bastante poco espectacular. Los médicos que empezaron a hablar del trastorno en la década del '80 estuvieron en sintonía con la época conservadora pero, en realidad, no descubrieron nada demasiado nuevo: en el siglo XVI, la palabra árabe *marqaha* ya se usaba para definir una intoxicación con cafeína y en 1896, el investigador J. T. Rugh había consignado el caso de un vendedor ambulante que se había sobrepasado en el consumo de café para cumplir con las exigencias de su trabajo y que había padecido un estado general de nerviosismo, insomnio, ansiedad y contracciones involuntarias de los miembros, en su ensayo *Profound Toxic Effects from the Drinking of Large Amounts of Strong Coffee* ("Los profundos efectos tóxicos derivados de beber grandes cantidades de café fuerte"). En julio de 1986, la revista *American Journal of Psychiatry* consignó el caso del señor A., que recorría los pasillos de un hospital psiquiátrico llevando jarras casi vacías de café instantáneo, y de la señora B., que aseguraba comer café en su correspondiente vaso

de papel, los dos esquizofrénicos crónicos que, entre sus más cuerdas locuras, profesaban un amor insano por la cafeína: "El cafeísmo es un síndrome clínicamente importante *per se* y en cuanto codiagnóstico puede complicar el curso de los trastornos afectivos, de ansiedad y del pensamiento. Las metilxantinas son el principal fármaco activo usado como ingrediente de muchos alimentos, bebidas y medicamentos que contienen cafeína y que es posible obtener fácilmente porque no se requiere receta para su venta". El golpe estaba dado. Después de un siglo de acusaciones y sospechas, el café estaba atrapado sin salida y, si antes se lo había combatido como un veneno letal para el cuerpo, por fin se lo encerraba con el sambenito psiquiátrico: se definió como un agente pernicioso vinculado con los desórdenes mentales. "Estos incidentes generan preocupación clínica porque se informa que la cafeína exacerba el curso clínico de la esquizofrenia", se publicó en el *American Journal of Psychiatry*, donde los médicos John I. Benson, de Augusta, Georgia, y Joseph J. David, de Charlottesville, Virginia, se consternaron por lo que se insinuaba como "un problema generalizado y clínicamente importante entre los pacientes crónicos hospitalizados".

Pero en la búsqueda de la sanidad sin máculas, los médicos observaron un caso por aquí y otro por allá de algunos inestables mentales que bebían café en forma compulsiva con la explícita voluntad de hacerse daño. Aun en la ignorancia o la impericia (existen mil métodos más eficientes para suicidarse) o acaso empujado por una idea de procurarse el final en la comisión de un placer, el cafeinómano extremo pone en peligro su vida en forma intencional y directamente proporcional a las tazas que toma. Se llegó aún más lejos cuando se identificó la cafeína como un potencial instrumento suicida: aunque sea cierto que si consume suficiente uno se podría morir, parece improbable que el adulto con intenciones serias de matarse lo intente tomando más de cien tazas en menos de un día, las necesarias para alcanzar los 10 gramos del alcaloide en tanto llegue a ser una sustancia mortal. Sin embargo, en una victoria fulminante del *lobby* sanitarista que durante la década del '80 se propuso convencer a la población de los efectos perniciosos de una taza de café mientras los *yuppies* de Wall Street tomaban cocaína en pala, finalmente en 1994 el número IV del celebérrimo *Manual diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales* (DSM-IV, según su sigla en inglés) catalogó el cafeísmo como una condición crónica propia de aquel que padece una adicción insana a la infusión. Archívese.

"Hola, soy N.", me presento: "¡Hola, N.!", me responden a coro. En mis fantasías más trasnochadas, sueño con visitar la ciudad de Portland, en el estado de Oregón, donde el grupo Cafeinómanos Anónimos replica el modelo de los doce pasos de los alcohólicos sin

nombre como los peldaños de una escalera a la abstinencia. Pero no estoy tan arruinado, aunque clínicamente se me considere un enfermo mental mientras no pueda pasar un solo día sin una taza de *espresso* (o varias): creo que mi afición por el café no me dará grandes dolores de cabeza en tanto no haya nacido para atleta de elite (el Comité Olímpico Internacional clasifica la cafeína como una droga ilegal, igual que los esteroides) o mientras no ceda al vicio de tomar todos los días una ración de Death Wish Coffee: literalmente, un "último deseo" de la bebida con más cafeína en el mundo, unos 651 miligramos en una taza de 350 mililitros. En un paquete negro estampado con el dibujo de una calavera cruzada por dos huesos que forman una "X", la marca yanqui advierte "¡peligro: café en serio!" y, en un cuarto kilo del más dulce veneno, ofrece un 200% más de cafeína que cualquier otra variedad del mundo. Ahí donde el logotipo de Death Wish actualice la imaginería que en la literatura infantil se le asignaba a la bandera de los piratas, es inevitable concluir que el café fue, es y será la bebida de los escritores fantásticos como Emilio Salgari o Julio Verne, de los intelectuales y de los esquizofrénicos: en cualquier caso, de todo aquel que tenga una intensa actividad mental. "Las personas pueden intoxicarse por consumir un exceso de cafeína y clínicamente pueden convertirse en adictas", advirtió la Sociedad Psiquiátrica Americana pero, entre tanto diagnóstico alarmista, me asumo sin traumas como un enfermo por el café y, de tener que citar una frase, me quedo con aquella que se repite en los grupos de autoayuda y que se convirtió en un clásico de los que no creemos que haga falta ningún tratamiento para curar este mal: "Voy a las reuniones de Alcohólicos Anónimos porque me dan café gratis".

CAPÍTULO 5

EL COMBUSTIBLE INTELECTUAL

A. ESCRITORES Y ARTISTAS: FILOSOFÍA DE CAFÉ

B. UN DILEMA HECHO CANCIÓN: UN MARIDO O UN CAFÉ

C. BALZAC CONTRA LOS EXCITANTES MODERNOS

D. UNA TEMPORADA EN EL PARAÍSO CAFETERO

E. LA TIRANÍA DEL PSICOANÁLISIS

F. EL *ESPRESSO*, LA RAZÓN DE SER ITALIANO

A. ESCRITORES Y ARTISTAS: FILOSOFÍA DE CAFÉ

"Bebo, luego existo". Con la miopía comercial que hizo de mí un hombre con ideas pero sin fortuna, codicio el eslogan que alumbró el Café Descartes, en pleno centro de Chicago. La cafeína, con su promesa de estimular sin renuncios, de avivar la chispa del ardor mental, fue el combustible intelectual para el pensador diletante de todas las épocas. "Pitágoras nunca tomó un *latte*, Sócrates nunca sorbió un *macchiato*…", se excusó Donald Schoenholt, un probo cafetero distinguido como "el padre del café americano", en el prólogo de *Coffee, Philosophy for Everyone*, un libro que compila ensayos de pensadores, periodistas y antropólogos que analizan ética, estética, metafísica y cultura del café: "La filosofía se aprovechó del café durante más de un milenio porque el café, quizás más que cualquier otra bebida, se identificó con el pensamiento occidental desde su llegada a Europa a través de Venecia durante el siglo XVII". Una arqueología de la bebida dirá que la Ilustración encontró una estampita a la que adorar en la imagen de un molinillo de café que publicó Denis Diderot en su mítica *Enciclopedia,* allá por 1751. Y mientras Balzac pontificaba con la retórica del recuperado, intelectuales de distintas épocas y categorías, como Hegel, Rousseau, Marx, Dylan o Lincoln se asumían como bebedores compulsivos (en una excursión al Museo Ford, cerca de Detroit, pude observar de cerca la mancha de sangre que el ex presidente estadounidense dejó en el respaldo de su silla cuando padeció la inconveniencia de ser asesinado y entonces recordé su frase que resume las incertezas de la realidad líquida: "Si esto es café, por favor tráiganme un té; si esto es té, que me traigan un café").

"La analogía apropiada sería que el café y la filosofía van juntos como el juego previo y el sexo", comparó Michael W. Austin, editor de *best sellers* que analizan el pensamiento filosófico en función de la paternidad, el deporte o las series de televisión, entre otros temas de la cultura popular: "Uno puede tener uno sin el otro, pero lo segundo siempre es mejor después de lo primero". Si en su origen etimológico del griego antiguo como "amor por la sabiduría" la filosofía es "el estudio de una variedad de problemas fundamentales acerca de cuestiones como la existencia, el conocimiento, la verdad, la moral, la

belleza, la mente y el lenguaje” mediante argumentos racionales, el café es un inductivo del pensamiento lento, con la calma entendida como equilibrio, en el sentido que acuñó el periodista canadiense Carl Honoré, autor de *Elogio de la lentitud*, el manual de instrucciones del movimiento *slow*: “En la filosofía de la lentitud, las personas descubren energía y eficiencia allí donde quizás menos lo habían esperado: en el hecho de hacer las cosas más despacio”. ¿Existe Dios? ¿Cuál es el propósito de la vida? ¿Hay libertad en el destino? ¿Debería agregarle azúcar? La existencia está plagada de grandes interrogantes y muchos (¿todos?) se discutieron en alguna mesa donde se haya practicado la filosofía de café, como el muy parisino Flore, donde Jean Paul Sartre, en plena náusea, anotó sobre una servilleta: “Todo se ha descubierto, excepto cómo vivir”.

En mis tempranas borracheras nocturnas, un anhelo de sobriedad añoraba las mañanas lúcidas cada vez que no entendía lo que me decían o cuando me asustaba de mis propias carcajadas histéricas y llantos desgraciados. Si es cierto que la atmósfera general que rodea a la cháchara etílica sugiere una relativa falta de certeza y seriedad (aunque el refranero de las tías repita que los niños, los locos y los borrachos siempre dicen la verdad), muchos intelectuales se aprovecharon del café como droga lícita que aumenta las habilidades cognitivas mientras que unos pocos hicieron de la cafeína un sucedáneo de narcóticos más poderosos: ahí donde los monstruos sagrados de la Ilustración se reunían en el Café Procope para alumbrar la revolución, las bestias de la poesía *beat* norteamericana destruidas por la locura, “hambrientas histéricas desnudas”, hacían del *coffee-shop* un lugar de rebelión individual, con largos trances cafeteros que aportaban la energía para el aullido kilométrico y donde intentaban recuperar una mística chamánica de los granos como en las antiguas tribus etíopes, entregadas a un tira y afloje con demonios que llamaban “zares” y con el café transmutado en algo parecido a los aliados del peyote que Carlos Castaneda describió en sus exploraciones nahualistas. Entre los más hippies, el cantautor Paul Simon usó un café y un sofá como metáfora de la indiferencia alienada de su generación y el siempre místico Bob Dylan compuso el tema “One More Cup of Coffee” para su disco *Desire*, en 1976, donde exigía una taza más de café en la penuria de la ruptura amorosa: la insustancialidad de los vínculos románticos, tan breves como un *espresso*.

¿Somos lo que tomamos? ¿Estamos solos en el universo? La icónica foto de Sartre, sentado frente a su mesa fija del parisino Café de Flore y rodeado de otros parroquianos, discute sus nociones de soledad intrínseca y además es la estampa definitiva que sugiere cómo debería verse un filósofo contemporáneo: frente a una taza de café. En

ese *bistró* se acuñó la broma que resume el pensamiento existencialista. Sartre estaba sentado cuando se acercó el mozo para tomarle su pedido: “¿Puedo servirle algo, señor?”. “Sí, me gustaría una taza de café negro sin crema”, responde Sartre. El mozo se retira hasta la barra y, cinco minutos después, regresa a la mesa: “Lo siento, señor, no tenemos crema. ¿Podría traerle el café sin leche?”.

B. UN DILEMA HECHO CANCIÓN: UN MARIDO O UN CAFÉ

"¡Ah, cuán dulce sabe! ¡Más cautivador que mil besos, mucho más dulce que el vino moscatel!": los versos, empalagosos como un *frappuccino* saturado de caramelo y azúcar, se me grabaron en la época en que el didactismo de la repetición me obligaba a memorizar frases como lorito ("ay mísero de mí, ay infelice, apurar cielos pretendo, ya que me tratáis así, ¿qué delito cometí contra vosotros naciendo?": un sentido de economía en la escritura me detiene antes de continuar con los versos tristes de *La vida es sueño* que la profesora de Literatura nos hacía recitar en fila india). Como alumno de un colegio católico sin demasiados rigores ni sobresaltos, apenas el desconcierto cómico de cada acto escolar en que la profesora de música sobreactuaba su mímica sobre el piano ahí donde el Himno o "Aurora" se reprodujeran siempre en casete, aprendí los versos que sellaron un temprano compromiso: los de Johann Sebastian Bach y su *Cantata del café*, la declaración de amor más lírica y perdurable por la bebida.

Allá en el siglo XVIII, cuando Federico el Grande se decidió a prohibir el café en las amplísimas extensiones de su Imperio prusiano con la frase que lo consagraba como principio y final del Estado ("su Majestad fue criado con cerveza", argumentó sobre sí mismo con la retórica del mesiánico), el manual de zonceras germanas repitió lo que decían los médicos afiebrados de la corte real: que la infusión provocaba impotencia en los hombres y esterilidad en las mujeres. El histerismo se apoderó del mediopelo, que repetía la vulgata con aires cientificistas. "Te lo dije", se daba humos la esposa promedio en réplica al naufragio amatorio del marido. Ya entonces el café era el instigador satírico de muchos polemistas, como el escritor dublinés Jonathan Swift, que había presentado la modesta propuesta de comerse a los niños irlandeses como una manera práctica de solucionar el problema del hambre siempre en réplica a "la estupidez, aspereza e ingenio rebuscado de la conversación de la gente elegante", o el compositor sajón Johann Sebastian Bach, que se quedó muy impresionado al leer el poema de un escritor llamado Picander, quien en sus *Fables parisiens* ("Fábulas parisinas") se horrorizaba de la

reinante moda del café en Francia, donde sus habitantes morían de a docenas por el cafeísmo como fanatismo insano: "'Ay', gritaron las mujeres, 'quitadnos mejor nuestro pan. ¡Pero no podemos vivir sin café! ¡Súbito moriríamos!'".

En el Collegium Musicum de Leipzig, tres cantantes, flauta, cuerda y continuo interpretaron los versos de la *Cantata del café*: en la obertura de apenas cuarenta segundos, un tenor ("al estilo del evangelista de las Pasiones", comparan las reseñas de música culta) explica lo que sucederá: si las tensiones generacionales fueron una inspiración para el arte, desde *Romeo y Julieta* hasta *Amor sin barreras*, la cantata número 211 de Bach enfrenta a padres e hijos en la condena o la defensa de un estimulante que aumentaba las preocupaciones filiales. La fábula cuenta la historia de Lieschen, una adolescente caprichosa, insomne y apasionada por el café con el espíritu indómito de cualquiera de las princesas de Disney (sea La Sirenita o la gitana Esmeralda, jamás La Bella Durmiente), que no se deja intimidar por su padre mandón y que solo renunciará a su vicio ante la promesa concreta de un esposo. Pero a diferencia de la trágica épica de Montescos y Capuletos, esta vez… ganan los jóvenes. Un trío en el estribillo final ofrece la conclusión conciliadora: habrá marido e infusión porque, en la última reflexión del padre, "tomar café es una cosa natural". La opereta acaba con la moraleja edificante y la crítica contra las prohibiciones. "La cantata es una deliciosa sátira del vicio del café, entonces de moda entre los burgueses; desde finales del siglo XVII se había extendido en la ciudad de las ferias, donde muchas casas de café, de reputación variable, habían abierto sus puertas", escribió el célebre musicólogo alemán Werner Neumann: "En un establecimiento muy conocido, el Café Zimmermann de la calle Catalina, Bach ofreció durante diez años sus conciertos públicos a la cabeza del Collegium Musicum universitario; estas audiciones eran al aire libre únicamente durante los meses de verano, en el Jardín Zimmermann de la Puerta de Grimme, los miércoles entre las 4 y las 6 de la tarde".

¡Ah, la ensoñación de la que eran presas los afortunados invitados de aquellos conciertos estivales, en la época en que el verano no estaba copado por balnearios, bingos o promotoras! Como un Groucho Marx barroco, Bach parodiaba las taras cotidianas del Sacro Imperio romano germánico en breves ejecuciones de órgano o clavecín y con las letras que resumían el sinsentido de la antigua vida moderna (me tomaré la licencia de citar los versos en un español bien castizo, que es como se traducen para las veladas de gala y como pude aprenderlos en mis años de niño raro, estimulado por las colecciones en vinilo de la casa ibérica Viscontea y el heroísmo vacuo de Lieschen, la primera heroína cafetera): "Querido padre: ¡no seáis tan estricto! ¡Si no puedo tomar mi pequeña taza de café tres veces al día, no soy más que un

trozo reseco de cabrito asado! ¡Oh, cuán dulce sabe! ¡Más cautivador que mil besos, mucho más dulce que el moscatel! ¡Tengo que tomar mi café, y si alguien desea complacerme, permite que me regale… café!”. Aplausos. La música profana habrá entregado una de sus piezas más lúcidas y notables cada vez que se interprete esta cantata, revulsiva en su crítica a la ley seca y estrenada una calurosa tarde de 1732, como no podía ser de otra manera, bajo la recoleta sombra del patio de un café.

C. BALZAC CONTRA LOS EXCITANTES MODERNOS

Para el hombre social, vivir es desgastarse más o menos rápido. Si fuera cierta la vieja máxima de Honoré de Balzac, para los antiguos monjes sufíes, su infusión de agua caliente y semillas vegetales habría allanado el camino a la longevidad; para los padres de familia estadounidenses sugestionados por las agoreras advertencias de Postum, el café habría pavimentado una autopista a la muerte prematura. En la primera mitad del siglo XIX, Balzac fue el novelista francés que se propuso compilar la monumental obra de "lo humano" y, más que otra cosa, fue un hombre de su tiempo: la primera descripción de su carácter que destaca la enciclopedia es "trabajador infatigable" y, en su afán por "hacerle la competencia al registro civil", como decía, esas horas de tarea sin renuncios eran dedicadas al esfuerzo titánico: compilar todos los aspectos de la trágica comedia humana. En su odisea intelectual, se estimulaba con la droga de la época, treinta, cuarenta, ¡cincuenta! tazas de café por día. Si "todo exceso se funda en un placer que el hombre quiere repetir más allá de las leyes ordinarias promulgadas por la naturaleza", como ya se dijo, Balzac observó en sí mismo el germen de una aberración que se extendía a toda la raza: la sobredosis de café, de té, de aguardiente o de tabaco sería la responsable del exterminio, porque el hombre tiene apenas una cantidad limitada de fuerza vital que está repartida entre la circulación sanguínea, mucosa y nerviosa; y cualquiera podría suponer que aquellos vicios consumen las mucosas, por lo cual absorber una en provecho de la otra será causar un tercio de la muerte ("cuando Francia envía 500.000 hombres a los Pirineos, no los tiene sobre el Rin", repetía: "Lo mismo vale para el hombre"). Embriagado de café, obsesionado por las mutaciones que las sustancias provocarían en las sociedades occidentales mientras las excitaciones patricias se activaban en el Procope o en el Laurent (también se dijo: ningún tema de lo humano le era ajeno), Balzac se consagró como el arquetipo del intelectual cafeinómano aun cuando en sus años finales haya escrito el irritante y maravilloso *Tratado de los excitantes modernos* (1839), o acaso por eso mismo, un brulote de sesenta páginas contra el café, con la tirria del hipocondríaco convencido de una muerte segura e inminente, tal vez un conjuro para desgastarse

menos rápido.

El planteo de la cuestión es claro: a mediados del 1800, la sustancia introducida en la rutina humana registraba una "expansión tan desmedida" que las sociedades podrían resultar modificadas. El apocalipsis no llegaría con la caída de un meteorito gigante ni con una invasión extraterrestre: sería un veneno que habría tomado la forma y el gusto de un *café au lait*. Ahí donde los órganos del cuerpo actúen como ministros de los placeres, los hombres encontrarían un goce maníaco en la repetición. "La Naturaleza dispone que todos los órganos participen de la vida en proporciones iguales, mientras que la sociedad desarrolla en los hombres una suerte de inclinación por tal o cual placer, cuya satisfacción provee a tal o cual órgano más fuerza de la que debe recibir, y en muchos casos incluso toda la fuerza", escribió Balzac, quien anhelaba jactarse de ser un moderado. Pero no. Su legado estuvo completo recién añares después de su muerte, cuando un grupo de britpop celebró que los jóvenes modernos de fines del siglo XX eternizaran sus devaneos "leyendo Balzac, golpeándose con Prozac" como una respuesta a las exigencias puritanas (en la canción de Blur, "Country House"). Debatido entre el hombre de genio que adolecía de "frigidez" y el casanova que se pasaba la vida al pie de divanes ocupados por "mujeres infinitamente atractivas", creía que la fuerza verdadera se encuentra entre esos dos excesos.

Si todo fanatismo de adulto deriva del intento de resolución de un trauma infantil, se cuenta que Balzac, en sus jóvenes años del pupilaje escolar, se endeudó con un celador corrupto que le vendió de contrabando una provisión de granos de café, lo que por entonces era un tesoro exótico y oneroso. Detrás del trauma siempre se esconde una madre: desapegada y desdeñosa, a esta se la inculpó como la responsable de las adicciones del hijo y de su inclinación romántica por las señoras mayores, en búsqueda de un pecho consolador: Edipo puro. Ya de adulto, Balzac se acostaba después del mediodía y se levantaba antes de la medianoche, para entregarse durante toda la madrugada y la mañana siguiente a su trasnochada producción literaria; para mantenerse alerta, consumía litros de café en dosis cada vez más altas. Siempre oscura, la cafeína llegaba en auxilio de la musa y lo sumía en un estupor frenético, como el que a sus aún jóvenes 51 años le provocó la muerte: según el doctor Nacquart, que lo atendía desde adolescente, "una antigua afección cardíaca, agravada por trabajar durante toda la noche y por el uso, o más bien, el abuso de café, al que recurría con el propósito de contrarrestar la propensión natural del hombre a dormir, había empeorado ahora fatalmente". Mientras el daguerrotipo de la época lo muestre apenas contenido adentro de los límites textiles de una camisa que no alcanza a reprimir sus pliegues y con el gesto turbio en la mirada fuera de campo, esa

imposición por contenerse en el exceso lo llevó al día en que, enceguecido por el café, empezó a masticar granos crudos como penosa penitencia de autopurgación ("un método horrible y brutal que solo le recomiendo a hombres de excesivo vigor"). En la infusión, Balzac olía un agente ponzoñoso que terminaría con el hombre en tanto este no pueda encontrar un término medio: si es casto, muere por exceso de trabajo; si no lo es, lo mata el desenfreno en los placeres sensuales.

Ahí donde hubo un adicto después aparece un converso: horrorizado por la *hybris* del muy ilustrado Voltaire, orgulloso bebedor de ochenta tazas por día, en sus años finales Balzac por fin quiso ser un modelo virtuoso de temperancia: "El café produce una suerte de excitación nerviosa semejante al enojo: alzamos la voz; nuestros gestos expresan una impaciencia enfermiza; queremos que todo fluya como fluyen las ideas". En tanto observador, era indigno para él desconocer los efectos de la ebriedad: tomó cantidades industriales de aguardiente para demostrar que "la embriaguez es un envenenamiento momentáneo", fumó como una chimenea en una época "en que las mujeres están más expuestas al humo de los cigarros que al fuego del amor", tragó tantos litros de té que temió quedar tan lívido y transparente como para que un buen señor inglés tenga luz para leer el *Times* apenas poniendo una lámpara a través suyo. Pero el café era su pasión indisimulable: "Muchas personas le atribuyen el poder de estimular el genio; pero todo el mundo puede constatar que los aburridos aburren aún más después de haberlo tomado". Aunque los almacenes y los bares de París hayan estado abiertos hasta medianoche, eso no hizo más ingeniosos a muchos autores: sucede que el café produce una "torrefacción interior". ¡Hierven las entrañas, se queman las ideas! Balzac se permitió corregir a Brillat-Savarin, autor de la *Fisiología del gusto*, y lo amplió con el argumento cientificista: "Actúa sobre el diafragma y el plexo del estómago, desde donde sube al cerebro por medio de irradiaciones imperceptibles que escapan a todo análisis". El motivo de sus desvelos era el tanino, la sustancia que da el sabor astringente al vino como al café o el té, pero entonces "una sustancia maligna que los químicos aún no han estudiado lo suficiente". Puesto a defender sus argumentos, Balzac recopilaba las más insólitas moralejas edificantes: "En Londres, existe un hombre a quien el consumo inmoderado de café ha torcido como a esos viejos gotosos llenos de nudos. Conocí a un grabador parisino que tardó cinco años en curarse del estado en que lo había dejado su adicción al café. Por último, hace poco, un artista, Chenavard, murió quemado: entraba en los bares como un obrero entra en un cabaret: en cualquier momento".

Más aburrido que en sus tiempos de inmoderado, aunque siempre

agudo en sus razonamientos (jamás en sus emprendimientos comerciales: iba de quiebra en quiebra), Balzac pretendía erigirse como un paródico modelo de conducta. Abnegado defensor de los hombres de naturaleza débil, poco dotados para la tarea intelectual o amatoria, a quienes el café provocaría una congestión cerebral más narcótica que estimulante, repetía en las tertulias, para consternación de las damas de sociedad, sus fábulas sobre las lejanas tribus de abisinios impotentes por sobredosis de infusión, con el terror que usa un párroco contra la masturbación en tanto pueda dejar ciegos o bobos a sus jóvenes feligreses. Si es cierto que la fórmula de la comedia es “tragedia más tiempo”, el autor de *La comedia humana* hizo de su calvario un consejo para el estoico que, como él, se anime a masticar café molido sin agua en ayunas y entonces pueda sentir, ya no las trompetas del mariscal que anuncien la última batalla, sino la epifanía de un soldado que encuentra la inspiración en el instante final: “A partir de ese momento, todo se agita: las ideas se movilizan como los batallones de un gran ejército en el campo de batalla, y la batalla comienza. Los recuerdos llegan a paso de carga, desplegando sus banderas; la caballería ligera de las comparaciones desfila con un magnífico galope; la artillería de la lógica acude con sus carros y sus cartuchos de cañón; las agudezas llegan como tiradores; se forman figuras; el papel se llena de tinta; así, de principio a fin, la vigilia transcurre entre torrentes de agua negra como la pólvora de las batallas”.

D. UNA TEMPORADA EN EL PARAÍSO CAFETERO

Mala sangre. El poeta maldito, rubio y revuelto, ya desplumado como un pichón, se exilia en el corazón de África para ver qué se siente ser todo un hombre y ahí se deshumaniza. La parábola, que empieza como una aventura de iniciación, termina con la enfermedad, la locura y la muerte. En 1884, Arthur Rimbaud, héroe trágico de los corazones sensibles, se instaló en Harar, Etiopía, la ciudad que estuvo cerrada a los extranjeros durante siglos porque un santo musulmán predijo que aquel día en que entrara un infiel todo acabaría. La ensoñación heroica les hizo creer a los aventureros que, en sus anárquicas calles sin nombres ni números, manadas de leones devoraban a los cristianos o que las hienas brindaban un eficiente control poblacional: se comían a los vagabundos. La ciudad de Harar estaba amurallada, tan aislada del mundo que solo entre sus paredes se hablaba un idioma secreto. Y allí se escondió el *enfant terrible* que se inició en la poesía a los 15, se jubiló a los 20 y, mientras tanto, se entregó a todos los desarreglos posibles en su afán de alteración de los sentidos. ¡Qué sería de los poetas sin los excitantes modernos! Entre sus maratones de opio y ajenjo ("el hada verde"), orgulloso de haber sido considerado "el joven más depravado de París", Rimbaud estaba obsesionado con otro estimulante que había conocido como bebedor en esas tertulias de mesas de mármol que se empeñaba en arruinar y que había visto en su estado natural cuando se enroló como infante del ejército holandés en la isla de Java; si de adolescente tuve el berretín del *heroin chic* en mis parodias de drogadicto, como tantos otros niños-ostra, cómo no amar a Rimbaud, el santo patrono de todos los desviados que se retiró del mundo para vender café.

Conocida como *Madinat al-Awilya* ("la Ciudad Santa"), Harar se levanta a 1.885 metros sobre el nivel del mar, en el valle occidental de Etiopía y es una metrópoli caótica que tiene 110 mezquitas para 150.000 habitantes. Los cafetos crecieron en esta naturaleza bendecida para su cultivo hace 15.000 años y todavía hoy los granos etíopes, junto con los de Jamaica y Yemen, son los más cotizados del mundo (las carteleras de las cafeterías más enteradas ofrecen "Harar" entre sus variedades: el *hipster* adora a Rimbaud tanto como al café). Aquí crece el grano de la variedad *longberry*, de tamaño grande y

sabor afrutado, el eslabón perdido en la genética arábica y su comercio representa el 60% de la economía de un país subdesarrollado como Etiopía, donde conseguir wi-fi es más difícil que encontrarse al Profeta en túnica. Por acá nomás, hace más de mil años, el pastor Kaldi observó cómo sus cabras se volvían locas después de masticar el fruto de un arbusto. Y a fines del siglo XIX, el emir llevaba unos cuantos años desterrado y los franceses, desde siempre iniciados en el gusto por las cosas buenas, necesitaban enviar a un emprendedor lo bastante demente como para arriesgar su vida al internarse en la ciudad amurallada y comprar café para exportar, aun en precios insólitos y con todo el peligro que entrañaba la excursión a la tierra prohibida. Rimbaud lo hizo, "en ese combate en el que pugnaba pie ante pie con el hada mala", según definió el escritor francés Pierre Michon en su ensayo *Rimbaud el hijo*. "Sus razones para ir a Etiopía fueron más complicadas que el simple deseo de comerciar café", dedujo el periodista Stewart Lee Allen en *La taza del diablo*, el libro que lo llevó hasta la mismísima casa embrujada del poeta en lo más remoto del cuerno de África: "Lo que en realidad hizo fue cumplir con un pasaje de *Una temporada en el infierno* en el que predecía huir a una tierra de 'climas inhóspitos' de la que regresaría con 'miembros de acero, piel bronceada y ojos fieros'".

En sus años como colono etíope, Rimbaud ajustó su personaje de un dios salvaje y lo hizo más físico y sanguíneo. Se dice que fue el hombre más desgarbado que intentó ahorcar a una hiena solo con sus manos. Que fue amo y señor de una mansión decadente ("tenía tres pisos altos con águilas de dos cabezas, todo cubierto por un intrincado tallado", describió Stewart Lee Allen: "En los bordes del techo de teja había adornos en forma de flor de lis y las ventanas estaban teñidas de rojo, como sacadas de un cuento de hadas de los hermanos Grimm"). Que vivió un tiempo con una mujer abisinia y que desparramó de hijas el lugar. Que se propuso escribir un ensayo sobre las tribus africanas para la Royal Geographical Society of London, pero que su entusiasmo se agotó en la extensión del título: *The Gallas by J.-Arthur Rimbaud, East-African Explorer, with Maps and Engravings, Supplemented with Photographs by the Author* ("Los gallas, por J.-Arthur Rimbaud, explorador de África oriental, con mapas y grabados, complementados con fotografías tomadas por el autor"). Nunca escribió el libro, pero se convirtió en un macho alfa típico, aunque malnutrido: de un Baudelaire mareado de opio pasó a ser un Hemingway sin mojitos. La palidez de su piel y sus ojos transparentes resultaron un motivo de desconfianza cuando fue el primer hombre blanco que vieron las mujeres de las tribus de los oromos y los gallas. Y compartió sus alimentos y libaciones. En su "Carta a M. De Gaspary", Rimbaud lamenta haber tomado un café con Mohamed Abú-Beker, el sultán que

secuestraba a los viajantes europeos y controlaba el paso de las caravanas comerciales así como el tráfico de esclavos. Pero puede advertirse que estaba fascinado cada vez que lo dejaban sentarse en la mesa de los mayores: necesitaba la venia de Abú-Beker para moverse por las rutas del café, autorización que obtuvo al participar en el ritual del oro negro, cuando el sultán se hacía servir por un esclavo "que llega corriendo de la choza contigua con el *boun*, el café".

Pero se dijo que este era un cuento de amor, de locura y de muerte. "Horrible", fue el adjetivo que encontró en una carta para describir el reputadísimo café de Harar: "Una cosa espantosa y repugnante". Los recelos con los etíopes empezaron el día en que Rimbaud, tan paranoico como afiebrado, sospechó que le vendían granos mezclados con mierda de cabra. Se convirtió en un próspero traficante de armas y ganó enemigos por todos lados, en esa "mitología de la época en que era un joven alto que se iba haciendo viejo y moría", según Michon. Pasaba días, después semanas y meses enteros, encerrado en su castillo surrealista: "Tenía una sala grande de quizá mil metros cuadrados, con un techo de unos 15 metros de altura rodeado por un balcón antiguo ovalado", observó Allen: "Las paredes estaban cubiertas con papel tapiz pintado a mano con óleo, tan sucio y arruinado que apenas se podían ver las imágenes de unos jardines parisienses y escudos heráldicos". Solo acompañado por un sirviente, nunca más escribió poesía: apenas unas cartas amargas donde se quejaba de su soledad, sus enfermedades y las deudas que había contraído al intentar vender una dotación de armas y esclavos. Le atribuía al café su suerte negra y espesa. Tenía 37 años y en seis meses estaría muerto. Enloquecido de dolor por una infección en su rodilla derecha, imaginó que todos querían matarlo y, en su último esfuerzo, en la mitad de una noche abandonó el castillo encantado y volvió a Marsella, delirante de fiebre y delirios, donde su anhelo de conseguir "miembros de acero" se develó ingenuo: le cortaron la pierna.

E. LA TIRANÍA DEL PSICOANÁLISIS

El que tiene la idea fija encuentra una vulva en un grano de café. Las dos mitades similares pero jamás simétricas, como nada en la naturaleza, se unen por el medio para dibujar una raja que sería el umbral de la vida. “¿Lo dejamos acá?”. Una liturgia del psicoanálisis interrumpe el divague en la sospecha de la epifanía, cuando el obsesivo descubre el temor a ser engullido por una vagina dentada; ahí donde el paciente desconfiado pueda suponer que el analista se aburre o que el afán productivo lo empuja a comprimir tres turnos en una hora y por eso siempre se lo percibe apurado, mis veinte años como paciente crédulo me animan a creer que la frase clave, asertiva en su afirmación, muta en interrogativa con el punto final y estimula toda una semana de razonamientos enrulados. ¿El umbral de la vida? Lo dejamos acá. Acaso haya pensado eso Sigmund Freud, adherente célebre de la cafeína y de la cocaína, eternizando una tarde, y otra, y otra, en la mesa del Café Landtmann de Viena, mientras hacía tiempo entre consultas y se debatía en la rivalidad con el discípulo también cafeinómano, Carl Jung, que en la manía de exigir una, dos, tres tazas habría acuñado su frase inmortal: “Lo que resiste persiste”.

Las relaciones carnales entre el café y el psicoanálisis están en la matriz de un vínculo que comparte cierta razón de ser: la resolución de problemas. Si la “charla de café” pudo reemplazar a la sesión arancelada de los más renuentes a pagar por hablar, en la mitología psicoanalítica porteña se cuenta la historia, siempre repetida pero jamás confirmada, de una concurrida confitería del Barrio Norte donde los pacientes del analista más reputado de los años ’60 esperaban que el gurú los mandara a llamar desde su consultorio del piso de arriba, sin horarios ni patrones; uno sabía cuándo llegaba pero nunca cuándo se iba del bar convertido en sala de espera improvisada y populosa, con las mesas de fórmica pobladas de angustiados que hacían tiempo y cuyo ánimo los inspiraba a pedir la bebida típica de la casa: una lágrima. Muy lejos en tiempo y en distancia de las cuitas de un diletante porteño, a principios del siglo XX, las cafeterías de Viena también funcionaban como confesionarios improvisados y sus salones eran frecuentados por ilustres y desconocidos que se rendían ante el poder iluminador de la infusión. “A su manera, el

descubrimiento del café es tan importante como la invención del telescopio o el microscopio, en razón de que el café intensificó y modificó inesperadamente las actividades y capacidades del cerebro humano", comparó el escritor alemán Heinrich Eduard Jacob, habitué de los bares del Imperio austrohúngaro en el cambio de siglo, como aquellos que en 1913 albergaron la improbable convivencia de Sigmund Freud y Carl Jung, Josef Stalin y León Trotski, Adolf Hitler y el mariscal Tito.

"Estaba sentado en la mesa de un café cuando la puerta se abrió y entró un hombre", escribió Trotski, que estaba exiliado en Viena, donde publicaba un periódico revolucionario titulado *Pravda* ("Verdad"): "Era bajo, delgado, con una piel macilenta cubierta de marcas… No vi nada en sus ojos que representara amistad". Así recordó su encuentro con el hombre que, en los últimos años de la Rusia zarista, todavía se llamaba Iósif Vissariónovich Dzhugashvili, aunque su familia le dijera "Koba, el terrible" y la humanidad lo haya recordado como Josef Stalin. Los futuros mártir y dictador, respectivamente, de la aún nonata Unión Soviética eran apenas dos de los parroquianos que coincidían en los cafecitos vieneses. Un psicótico de 24 años llamado Adolf Hitler pasaba las tardes sentado frente a un cuaderno de bocetos en el Café Central mientras arañaba la ambición de ser un gran pintor aunque se deslucía como alumno mediocre de la Academia de Bellas Artes de Viena. Y todas las tardes, a la salida de la fábrica de autos Daimler, el croata Josip Broz se gastaba el jornal en los bares mientras alumbraba sus ideas de "socialismo feliz". Como amo total de Yugoslavia, el país-engendro que estaba a punto de ser inventado, el mariscal Tito encontró en las confiterías vienesas un argumento para su idea de que el hedonismo puede ser de izquierda. Comunista con estilo, el "dandi rojo" escribió un libro que mandó a imprimir de a millones para repartir entre sus compatriotas: no una versión balcánica de *El libro rojo* de Mao o *El libro verde* de Kadafi sino *El libro de cocina de Tito*, un compilado de 255 páginas con las recetas para preparar un pollo a la Kiev o un café vienés.

"La cultura del café y la noción del debate y la discusión en los bares fue una parte importante de la vida vienesa, entonces y ahora", escribió Charles Emmerson en *1913: In Search of the World Before the Great War* ("1913: en busca del mundo antes de la Gran Guerra"), un libro que persigue el motivo para explicar aquella imprevisible cumbre histórica. La Biblia y el calefón, en once idiomas además del alemán. Acaso más que en ningún otro lugar, las cafeterías vienesas se aprovecharon de la cafeína como carburante intelectual: si es cierto que parte de aquello que las hizo tan importantes es que todo el mundo las frecuentaba, en el rejunte se alimentó
de una cruza de intereses y disciplinas con el café como hilo

conductor y con los distintos saberes mezclados en un promiscuo revoltijo. Sentado hacia el fondo del Landtmann, Freud semblanteaba a los parroquianos que entraban, mientras la polémica en el bar creaba un folclore de sabihondos y suicidas. "Había un emigrado ruso poco conocido, de apellido Trotski, que durante la Primera Guerra Mundial tenía el hábito de jugar al ajedrez en el Café Central de Viena todas las tardes", escribió Manfred Mann en su libro *Coffee Houses of Europe* ("Cafeterías de Europa"): "Era un refugiado ruso típico que hablaba demasiado, pero parecía completamente inofensivo, una figura patética, en realidad, desde el punto de vista de los vieneses. Un día de 1917, un funcionario del Ministerio de Asuntos Extranjeros austríaco entró corriendo a la oficina del ministro, jadeante y descompuesto, y dijo a su jefe: 'Su Excelencia, ¡estalló la revolución en Rusia!'. El ministro, menos excitable y crédulo que su empleado, rechazó una afirmación tan disparatada y replicó tranquilamente: 'Retírese, Rusia no es tierra donde pueda estallar una revolución. Además, ¿a quién demonios se le ocurriría hacer una revolución en Rusia? ¿Acaso a *herr* Trotski, el del Café Central?'".

F. EL *ESPRESSO*, LA RAZÓN DE SER ITALIANO

Un número que, a simple vista, no dice nada pero encierra un mundo: 365726. ¿Una fija para el Gordo de Navidad? ¿El códice que se repite en una isla del Pacífico con náufragos y osos polares? En la callecita cortada Piazza di Sant'Eustachio 82, a metros nomás del Panteón, soy víctima otra vez del mal genio de un mozo romano: me grita que si me siento en las mesas de la vereda el cafecito me costará más caro. Mi dignidad tiene un precio menor que tomar un *espresso* bajo la santa tutela de la cruz de una basílica. Me quedo. Pago la diferencia mientras el ciervo dibujado con cientos de pequeños mosaicos en el piso (el ciervo, el animal de mi único tatuaje sobre el brazo izquierdo, una criatura celestial que custodia la entrada al Paraíso y que, con sus cuernos en eterno crecimiento aun después de la mutilación, representa la resiliencia: la capacidad de sobreponerse a las adversidades), ese ciervo me pide prudencia. El trámite de beber el café dura menos que el entuerto y si el *espresso* resume el espíritu tónico de los tanos (enérgico, amargo, potente, breve, en fin: retacón y castigador), la cafetería Sant'Eustachio condensa la historia reciente de Roma: enfrente del Senado, atrás del Panteón y cerca de la Piazza Navona, que con sus sillas en la vereda fue testigo de los folletines de la *dolce vita* y el frenesí de los *paparazzi*, conjuga lo sagrado y lo secular: el ciervo representa la conversión del pagano Eustachio al cristianismo y el *espresso* se bebe de parado junto a la barra o sentado en la vereda con el ritual de un oficio religioso, en cuatro sorbitos que inundan la boca con el sabor de un grano tostado en un horno de leña. Slurp, slurp, slurp, slurp. A otra cosa. Así es desde 1938, el año fundacional en que el café Sant'Eustachio abrió sus puertas en el centro de Roma y cuando la máquina express, un invento italiano que cambiaría para siempre la historia cafetera del mundo, recibió de la Oficina de Patentes el número de marca 365726.

Un año antes del comienzo de la Segunda Guerra Mundial, con Italia en manos del fascismo que se había cobrado la carrera de muchos intelectuales por culpa de Mussolini (se sabe que Il Duce odiaba mucho a los intelectuales y que también odiaba el café), un señor llamado Achille Gaccia, entusiasta emprendedor del pueblo Robecco sui Naviglio, cerca de Milán, en el norte industrializado de

Italia, dedicó sus noches de insomnio al alumbramiento de su creación máxima, una oda a la pasión cafetera, después de mil intentos y un invento. Estaba inspirado por las creaciones de compatriotas que lo habían precedido, como Angelo Moriondo, que en 1884 había patentado una máquina primitiva, Luigi Bezzera, que en 1901 pulió un armatoste complejo e imponente para hoteles y restaurantes, y Desiderio Pavoni, que en 1905 compró la patente de Bezzera y bautizó una línea comercial de cafeteras que todavía pululan por los bares con el logotipo cromado: "La Pavoni". Pero Gaccia consiguió hacer funcionar la primera cafetera express moderna de uso simple, con una bomba eléctrica que hacía fluir el agua sobre el café molido a alta presión. ¿No es una bella ironía del idioma que la unidad de medida de la presión sea el "bar", la palabra homónima al sitio donde tomamos el *espresso* para el que es fundamental la presión? Con 5, 9 o 15 bares de presión, la máquina express industrializó la erogación manual, sacó la infusión de los fogones y la conectó a 220 voltios e hizo de su noble producto, el *espresso*, un motivo más para el orgullo italiano, como el queso parmesano, los zapatos de cuero o el culo de Sofía Loren.

Durante unos años, con el carácter entrador de todo comerciante hábil, Gaccia convenció a las cafeterías italianas (primero las del Norte; después, las del Sur, donde se resistieron a desterrar la cafetera napolitana) de las bondades de su invento y entre aquellos primeros entusiastas estaban los dueños originales del Sant'Eustachio, que en su mítico horno a leña perfeccionaron la fórmula del tostado italiano, oscuro casi hasta el punto del carbón y con aroma acre para potenciar las virtudes de un *espresso*. Pero no fue hasta una década más tarde que el milanés pudo fundar su propia empresa: en 1948 empezó a operar con toda su pompa la compañía Gaccia, fábrica de cafeteras profesionales. Poco a poco, todos los bares de Italia y de los países cercanos empezaron a instalar sus maquinones express, con el rótulo de Gaccia o producidas por empresas de la competencia que copiaron y perfeccionaron el sistema. En las crudas épocas de la posguerra, cuando los pueblitos italianos todavía contaban los escombros y los joyeros del Ponte Vecchio de Florencia se jactaban de haberse salvado de la destrucción por la piedad del mismísimo Hitler, admirador demente de la arquitectura renacentista, Gaccia mutó de apellido común a nombre propio del renacimiento industrial: como el Fiat 500 o la motoneta Vespa, un emblema de la recuperación prodigiosa o una profecía sobre el futuro poderío económico italiano. En el tránsito de un siglo a otro, la pujante Gaccia resumió una breve historia de la globalización: en 1999 fue comprada por la fabricante de cafeteras Saeco International Group, que a la vez se convirtió en una filial más de la multinacional holandesa Philips. Décadas después de la muerte

del fundador, que entre sus últimas voluntades dispuso que su marca también vendiera cafeteras para los hogares, cosa que ocurrió recién en 1977, las decisiones sobre pistones, bombas y portafiltros se toman en las anónimas oficinas acristaladas de una corporación.

Ahí donde la compañía Gaccia inundó un país, y después el mundo, con su invento, una pasión se hizo carne (¡crema!) entre los bebedores: con la máquina express apareció la espuma sobre el café que, según los estrictos parámetros del barista, debe tener por lo menos 3 milímetros de espesor y cuya falla en la consistencia, demasiado espesa o demasiado chirle, puede provocar ásperas discusiones en un bar como el Sant'Eustachio (aunque el bebedor experto jamás le agregue endulzante al café, que se haga aquí la "prueba del azúcar": para comprobar la pericia en la preparación de la espuma de un *espresso* hay que esparcir el azúcar por encima de la bebida; si dura sobre la superficie entre 3 y 10 segundos, la crema está en su consistencia correcta). Desde 1948, una legión de fanáticos intenta desentrañar el código secreto de una bebida tan perfecta y, aun cuando ninguno imagine que en aquel número 365726 pueda esconderse una clave que remita a los masones o a los Médici, como en las novelas del oscurantista superventas Dan Brown, otros estudiosos de las cifras sacan cuentas para alcanzar un cálculo como el que se obtuvo hace unos años en el Taller de Gastronomía de Huesca, en España: después de arduas deliberaciones, se concluyó que "el *espresso* perfecto tiene 30 mililitros de café, extraídos entre 20 y 30 segundos, aunque lo ideal serían 25". En sólido, la medida se obtiene con 7 gramos de café molido muy fino, prensado con una presión de 15 bares, para que filtre agua a 90 grados y produzca esa mítica crema de 3 milímetros.

En los últimos años, con la multiplicación de "cuevas" cafeteras que congregan a los más devotos de la bebida, el *espresso* se consagró como el tipo de preparación más exquisito: ¡hasta existen campeonatos mundiales sobre su preparación! Para el australiano Andrew Wear, filósofo de la Universidad de Tasmania, la "estética del *espresso*" trazó una elipsis desde la razón de ser del pueblo italiano hasta su redefinición como una bebida camaleónica adorada por las masas, en tanto su calidad de "experiencia definitiva" haya cedido importancia en la búsqueda del beneficio de las grandes cadenas de cafeterías. La eterna dicotomía entre dos modelos posibles, socialismo o capitalismo, aunque uno ya haya triunfado, representada entre los límites estrechos de una taza. En el libro *Coffee, Philosophy por Everyone*, Wear arriesgó que los mecanismos de producción del *espresso* resumen cierta idea del comunismo industrializado del siglo XX, con el concepto de "igualitarismo idealizado" resumido en la forma líquida de una bebida que se multiplica en miles de tazas pero

es siempre igual a sí misma: “La huella de la perfección estética es la simplicidad pura del *espresso* como producto, encubriendo la complejidad de su producción”. Es cierto que para alcanzar aquel resultado invariable en 30 mililitros hace falta un complicado engranaje de válvulas y pistones que se mantiene oculto y sostiene todo el sistema. “La primera producción de Gaccia coincidió con el resurgimiento, en apoyo electoral, del comunismo y el socialismo italianos, y casi todas las tostadoras e importadoras de café crearon sus logotipos en ese período”, comparó Wear. Entre marcas y cafeterías, abundan las tipografías de inspiración soviética y los logos dibujados con las formas angulosas de la hoz y el martillo. ¿Acaso el *espresso* no es una bebida igualitaria, que no distingue entre ricos y pobres, y que no admite la opción *premium*, como sucede con el vino o los espumantes? Según Wear, “su extracción es la representación de una cadena laboral de miles de trabajadores desde algunos de los países más pobres del mundo hasta los bares urbanos en algunos de los países más ricos del mundo”. En el Sant’Eustachio, los parroquianos son ajenos a estas cuestiones: ignoran el complejo entramado técnico, económico, social y hasta estético que se activa cada vez que piden un *espresso* a los gritos. Ahora, si sale frío: ¡putean de lo lindo!

CAPÍTULO 6

LATINOAMÉRICA: GLORIA Y DESGRACIA

A. LA CONQUISTA DE AMÉRICA: LOS PIRATAS DEL CARIBE TOMAN CAFÉ

B. LOS ESCLAVOS DEL CAFÉ Y EL AZÚCAR

C. EN BRASIL, CAFÉ CON AROMA DE MUJER

D. LA DESGRACIA ES PLANTA RESISTENTE

E. NO HAY CAFÉ QUE PUEDA APAGAR TANTO FUEGO

F. ¿JUAN VALDEZ TOMA CAFÉ DE COSTA RICA?

G. UN PASEO EN EL ROLLS ROYCE DE LOS CAFÉS

H. EN EL PAÍS DE LA YERBA, JAQUE MATE AL CAFÉ

A. LA CONQUISTA DE AMÉRICA: LOS PIRATAS DEL CARIBE TOMAN CAFÉ

El mundo nació de una planta. Aun criado en el catecismo más barrial, mi idea sobre el génesis es todavía más sacrílega que la teoría de la evolución de las especies: en nuestra vida como devotos cafeteros, todos somos hijos de un yuyo.

Formado más entre libros que en la calle, enterado de las primeras nociones de heroísmo en las aventuras de la colección Robin Hood que heredé de mi padre, en esos mamotretos de tapa dura color amarillo-yema-de-huevo pude navegar junto al Tigre de la Malasia o sentirme tan solo como el último de los mohicanos; pero mis anhelos de gloria como lector fantasioso nunca encontraron ahí la gesta que me formó como adulto, en tanto adicto a una bebida oscura, la aventura de un marino francés que, aun contemporáneo de los auténticos piratas del Caribe, cruzó el océano en una proeza delirante: traer una plantita debilucha desde Europa a América y fundar, sin saberlo, un continente. ¡Un mundo! En 1714, para celebrar la firma del Tratado de Utrecht entre España, Francia, Inglaterra y Holanda que ponía punto final a la Guerra de Sucesión española, los holandeses le hicieron un regalo al rey francés Luis XIV, en señal de buena voluntad: una planta de café importada desde las remotas Indias Orientales. Fatalmente desconfiado, el Rey Sol primero supuso que el cafeto era apenas un ardid para envenenarlo y entonces, con la intención de tenerlo bien controlado, ordenó que lo custodien en un invernadero construido *ad hoc* en el Jardín de las Plantas de París. Si la historia negra del café está marcada por sultanes, visires, papas y monarcas que desconfiaron de la bebida, en el regalo al rey anida el germen de una aventura extraordinaria y la fundación mítica de un continente porque un día sagrado del año 1723, entre las bulas reales que disponían condecoraciones o decapitaciones, consintió que aquella planta raquítica tuviera su propia conquista de América.

En 1686 o 1687 había nacido en la región de Dieppe, un pequeño pueblo pesquero normando, un aristócrata bautizado como Gabriel-Mathieu Francois D’ceus de Clieu, que bien podría haber sido el protagonista de una novela de Emilio Salgari si Emilio Salgari no

hubiera sido tan anticolonialista. Nacido en una familia que tenía un águila con el pico abierto en señal de guerra como escudo de armas y apurado desde chico por una urgencia de aventuras, Gabriel de Clieu se enroló en la Marina con solo quince años y, durante otros quince, fue más que nada un trotamundos: recorrió todos los meandros del Caribe francés, recibió incontables honores, peleó contra los piratas, se casó cuatro veces, tuvo media docena de hijos, llegó a ser gobernador de la isla de Guadalupe y murió solo y pobre en París pero, antes que eso, cumplió con la tarea sucia que lo convertiría en el héroe maldito de la llegada del café al Nuevo Mundo, o "la mayor proeza de los cárteles coloniales de la droga", según la definición de su biógrafo. Desvelado por encontrar nuevas excusas para sus aventuras por los siete mares, supo que varios colonos habían intentado transportar café para plantar en el Caribe, siempre con resultados desastrosos, muertos en naufragios o como víctimas de la fiebre amarilla. Obsesivo y determinado, se entregó con pasión a sus cabildeos para cumplir con la misión imposible: "Hice muchos viajes para obtener un ramito de la planta del jardín real, que está ahí hace mucho tiempo", escribió De Clieu en sus memorias: "Lo intenté una y otra vez sin éxito alguno". Los enterados de las intrigas palaciegas sabían que Luis XIV le había contagiado el vicio a su bisnieto Luis XV, que se había vuelto tan fanático del café como de las orgías que compartía con su amante Madame Du Barry. Después de interminables gestiones y meses de espera, el marino consiguió los buenos oficios de una dama de sociedad que convenció al médico real, el buen doctor *monsieur* De Chirac, de cortar unos gajos del cafeto con la venia del rey. El 8 de octubre de 1723, De Clieu partió del puerto de Rochefort para iniciar el viaje que se insinuaba manso e inocente, pero que derivaría en una gesta tan accidentada como heroica; llevaba una pequeña muestra de la droga más codiciada de la época y, en un extraordinario caso de videncia idiomática, bautizó su barco con el nombre que un par de siglos más tarde adoptarían como apodo los traficantes que cruzan narcóticos por las fronteras; le puso Le Dromedaire, en español: "El camello".

Una semanas después de zarpar, el barco fue atacado por piratas tunecinos pero sus veintiséis cañones los convencieron de que era conveniente poner proa rumbo a otras naves menos armadas. Las largas tardes de abulia bajo el sol del Océano Atlántico sumieron a De Clieu en un estupor de persecuta: si es cierto que el hecho de ser paranoico no quiere decir que de verdad no te persigan, con el tonito machacante de un maníaco se convenció de que espías holandeses se habían colado en Le Dromedaire: las colonias en Borneo, Java, Célebes o Sumatra se habían convertido en grandes productoras de café y, como los árabes algunos siglos antes, los Países Bajos pretendían

conservar el monopolio mundial del grano en los tiempos precámbricos del espionaje industrial, aprovechando los recursos que tuvieran a mano: infiltrando saboteadores en los barcos que pudieran transportar plantas y semillas o destruyendo las cosechas ajenas con pólvora y chispazos. Herido en la desconfianza, De Clieu se entregó durante días a buscar al traidor, pero nunca pudo encontrarlo: "Es inútil contar todas las dificultades que enfrenté para salvar mi delicada planta de las manos de un hombre a quien le dio envidia la alegría que tenía de servir a mi país", escribió en su bitácora de viaje. Para entonces, ya estaba obsesionado con la plantita, una variedad de la especie *typica*, a la que le hablaba en media voz y que había alojado en una suerte de invernadero portátil: una caja de madera con paneles de malla de alambre, por donde podía respirar aunque la protegía del roer de las ratas, y una tapa de cristal, por donde recibía luz y calor. Durante el día, caminaba por la borda abrazado a la caja; durante la noche, se encerraba en su camarote y dormía con ella. Le dedicaba todas las atenciones de un amante esmerado.

Lo peor estaba por venir. A unos cientos de kilómetros de la costa de Martinica, una tormenta tropical rompió el casco de Le Dromedaire y, en la posibilidad concreta de un naufragio, el capitán ordenó que se tire por la borda todo elemento superfluo, incluyendo las provisiones de agua potable, menos su planta. La tormenta pasó pero la calma chicha se develó como una amenaza aún mayor: en la quietud del Caribe, los vientos no soplaron durante una semana, dos semanas, tres semanas, ¡un mes! En la nave inmóvil, la decisión de arrojar el agua potable se develó como un error fatal: se estableció un estricto régimen de racionamiento que permitía a los tripulantes beber solo media taza por día y, en la pesadilla de la sed, primero sufrieron calambres y después alucinaciones. En plena fiebre, De Clieu aguantaba estoico y escribía para acortar las horas: "Prefiero morirme de sed con tal de salvarle la vida a la planta que me dieron". Esta es la hazaña que, de chico, me habría gustado leer en la colección Robin Hood, entre las aventuras de Marco Polo y las penurias de Robinson Crusoe: cómo un grupo de marinos maltrechos aguantó un mes bajo el sol del Caribe sin agua y sin comida hasta que los vientos se decidieron a arrimarlos hasta las costas de Martinica, donde el capitán famélico y delirante pisó la isla con una planta en la mano y, en un furor casi desquiciado, se apuró a hacerle un lugar en la tierra.

¿Cómo pudo sobrevivir la planta del cafeto tantos días sin agua? Cinco años más tarde, en la isla había 2.000 plantas similares. Cincuenta años más tarde, unas 18 millones de plantas parecidas se repartían por el cinturón que rodea al Ecuador en Latinoamérica, la región que se convirtió en la principal productora de café gourmet en el planeta. Hoy, se cree que el 90% de las plantas de café son

herederas de aquella que no tuvo nombre aunque haya sido universalmente
reconocida como la niña adorada de un marino francés. Aunque después se dijera que hubo cafetos llegados de Holanda hasta las Guyanas antes que De Clieu, la especie *coffea declieuxia* fue bautizada en su honor, los poetas de la época le dedicaron sus versos (“Cuando me llega el aroma del café pienso en aquel generoso caballero francés…”, se inspiró el inglés Charles Lamb) y un artista anónimo pintó el mural que inmortaliza la odisea: una tormenta terrible, piratas y sirenas que atacan un barco, marineros que mueren de sed y, ya en tierra, un paraíso tropical donde un esclavo negro sirve una taza de café a la mujer del héroe, que posa con un mono en su regazo. El capitán De Clieu se quedó unos años en el Caribe, donde Luis XV lo distinguió con los títulos de Teniente del Rey, Caballero de San Luis y Gobernador de Guadalupe y después volvió a París, donde murió con gloria pero sin fortuna a los 88 años. Para el repaso de su vida, habrá soñado con esa planta en las madrugadas de la senectud, acariciándola con el amor enfermizo de un militar que se enamora del cadáver que custodia, y reviviendo para sí el acto mayor de entrega que un hombre puede hacer por el objeto de su afecto: en los dramáticos días de la sequía en alta mar, compartió su módica ración de agua con su amada, la planta.

B. LOS ESCLAVOS DEL CAFÉ Y EL AZÚCAR

Maafa, maafa, maafa. En la costa oriental de África, las tribus suajili repiten la palabra con el peso ominoso del conjuro contra una maldición: *maafamaafamaafamaafamaafa*. Se escucha en las barriadas y en las universidades, la pronuncian el peluquero y el doctor, se imprime en los diarios y la debaten en las tertulias televisivas, con el tono trágico que resume trescientos años de drama: *Maafa* quiere decir "desastre". Poco después de la obsesión de Gabriel de Clieu con la fotosíntesis, las plantas de café se repartían por toda América y mientras la infusión llevaba la promesa de sobriedad a los europeos empapados en alcohol, las colonias centroamericanas necesitaban mano de obra. Barata. Gratis. Ahí donde un buen señor francés exigiera su *café au lait* para pedir la cabeza del rey, o un caballero inglés pasara tardes enteras en la mesa de su "universidad del penique", los colonias caribeñas producían a destajo la materia prima para llenar esas tazas y el océano Atlántico se convertía en la ruta de alto tránsito para transportar a los esclavos africanos en su diáspora hasta las Antillas, adonde eran vendidos para cosechar la caña de azúcar, el algodón, el coco o el gran hallazgo de la época: el café. Se cuentan de a millones las víctimas del holocausto africano.

Maafa.

"África fue desangrada de sus recursos humanos por todas las rutas posibles", escribió el historiador congoleño Elikia M'bokolo en la revista *Le Monde Diplomatique*: "A través del Sahara, del Mar Rojo, desde los puertos del océano Índico y a través del Atlántico. Al menos diez siglos de esclavitud en beneficio del mundo musulmán (desde el siglo IX al XIX).

4 millones de personas esclavizadas exportadas a través del Mar Rojo, otras 4 millones a través de los puertos suajili del océano Índico, aproximadamente 9 millones en la ruta de las caravanas trans-saharianas, y de 11 a 20 millones (dependiendo del autor) a través del océano Atlántico". Por ahí llegaban a Haití, donde los colonos franceses cultivaban el grano en amplísimas plantaciones de cafetos herederos de la plantita que el capitán De Clieu había llevado hasta Martinica: una década después de su conquista de América, el gobierno francés empezó a importar 30.000 esclavos por año para

convertirse en el principal productor mundial de café y disputar el monopolio que los holandeses sostenían desde el sudeste asiático. "Una amarga ironía se dio cuando los africanos llegaron al Nuevo Mundo y se encontraron esclavizados para recoger la cosecha de una planta robada, igual que ellos, de África", comparó el escritor Stewart Lee Allen y, ahí donde Haití haya alumbrado a "los parias del Caribe", según la definición de Mario Vargas Llosa, la pequeña isla antillana que compartía con la República Dominicana tuvo un fugaz protagonismo como centro del mundo cafetero.

El plan de ataque comercial de los franceses tuvo un éxito rotundo y fugaz. Según el historiador del café Mark Pendergrast, "aunque parezca increíble, en 1788 Santo Domingo suministraba la mitad de la producción mundial. Por consiguiente, el café que estimulaba a Voltaire y Diderot era producido por la forma más inhumana de trabajo forzado". El changuito cañero compartía con el cafetero una rutina de la desgracia. Trabajaba dieciséis horas por día y dormía ocho. Vivía con otros veinte como él en chozas sin ventanas. Comía mandioca y bebía agua turbia. Se enfermaba de viruela y, en la flaqueza o el desmayo, el látigo funcionaba como argumento indiscutible del patrón. "No sé si el café y el azúcar son esenciales para la felicidad de Europa, pero sé muy bien que estos dos productos han representado la desdicha de dos grandes regiones del mundo", escribió un viajero francés anónimo a fines del siglo XVIII, citado por Pendergrast: "El Caribe quedó despoblado para que haya tierras donde plantarlos; y África quedó despoblada para contar con gente que los cultive". El mismísimo Karl Marx se ocupó de la tragedia, en uno de sus discursos contra el capital: "Caballeros, tal vez ustedes crean que la producción de café y de azúcar es el destino natural de las Indias Occidentales. Hace dos siglos la naturaleza, que no se preocupa por el comercio, no había plantado allí ni una caña de azúcar ni una planta de café".

En 1791, la brutalidad colonial se volvió tan opresiva que los esclavos del café y el azúcar se sublevaron, en una lucha que duró doce años y que marcó la elipsis cruel de los manuales de Historia. La moraleja es bien conocida: la gesta provocó la imprecación citada de Napoleón (sí, "¡maldito café!, ¡malditas colonias!"). Las huellas del holocausto africano fueron profundas en una tierra donde el idioma *créole* (el "criollo" haitiano) quiso borrar las letras francesas que con sangre entraron ("¡El criollo era una lengua de seres primitivos! ¡Oh, de eso no cabía duda!", escribió Tom Wolfe: "Ni siquiera se conjugaban los verbos. Nada de 'doy, di, he dado, había dado, daré, daría, habría dado. En criollo era *m ba*, y eso era todo el verbo… 'doy, doy, doy…'"). En francés o en *créole*, los granos siguieron manchados de sangre. Para 1801, Toussaint Louverture, el Washington del Caribe,

quiso recuperar la producción de café haitiana pero las cosechas se habían reducido a la mitad de las que había diez años antes. Acaso en un delirio mesiánico, el patriota libertador tuvo ínfulas de señor feudal y recreó el sistema *fermage*, donde los trabajadores del café eran considerados con la misma estima que los siervos medievales: tratados como “posesiones” de las plantaciones estatales, cobraban una miseria y, aunque las torturas se volvieron más infrecuentes y hasta recibieron una módica cobertura médica, eran poco más que esclavos. Todo resultó un fracaso cuando la gran tragedia haitiana pobló la isla de dictadores de caricatura, hombres de la bolsa muñidos de machetes como los *tonton macoutes*, hambrunas feroces y terremotos apocalípticos: si el primer pueblo libre de América se convirtió en el más castigado, el café que había llenado la mitad de las tazas del planeta se transformó en agua sucia y aunque se pudiera pensar que un desastre semejante no tuvo nombre… sí, lo tuvo: *Maafa*.

C. EN BRASIL, CAFÉ CON AROMA DE MUJER

En la República Café con Leche, el beige es el color nacional. La piel de los mulatos combina con el verde de los morros y mientras tomo un *espresso* en Ipanema observo que el marrón clarito de la taza marca el paradigma del tipo carioca, el de la mujer dorada mezcla de flor y sirena o el del hombre-bronce sin un solo gen negado a ser un atleta. Escapo a Río de Janeiro cuando no puedo escapar en Buenos Aires de "esa melancolía de la tarde que va oscureciendo", como definió con precisión y belleza Manuel Puig en su novela del ocaso carioca, *Cae la noche tropical*. Aun fascinado por las luces del atardecer, el *cafezinho* se me exige como último subidón antes de la oscuridad húmeda donde todos los gatos son pardos. "*¡Operaçao lei seca, beba café!*", reclaman los carteles callejeros en las avenidas que dan hacia la playa o la laguna; la prevención vial desalienta el consumo de cerveza, aun livianísima para tomar en balde, y se conjuga con una pasión nacional, tan constitutiva de la república como el lema voluntarioso "orden y progreso": el café. Si en 1894, mientras se dibujaban los palotes del Brasil moderno, el primer presidente civil Prudente de Morais consagró el ascenso de la oligarquía cafetera al Poder Ejecutivo, sus feudos en San Pablo y Minas Gerais cimentaron lo que entonces se conoció como la "política café-con-leche": un sistema de dominio basado en los millonarios beneficios que las familias patricias obtenían del café paulista y la leche mineira. Más de un siglo después, todos toman la bebida beige y los más románticos recuerdan que esa pasión nació de un amor tan prohibido como el de cualquier culebrón, porque las historias de corazones simples siempre terminan siendo melodramas.

Cuando las tierras brasileñas todavía eran vírgenes de la planta un entuerto romántico fundó un imperio. En 1727, un conflicto fronterizo con la Guyana francesa (como resultado de aquel Tratado de Utrecht que imponía la paz entre los europeos y que terminó con la ofrenda de una planta de café al rey Luis XIV) exigió la mediación de un diplomático hábil. Y hacia allí fue enviado un gentil militar portugués/brasileño llamado Francisco de Melho Palheta: para los criterios de la época, todo un galán. ¡Qué pómulos afilados! ¡Qué barba puntiaguda! El donjuán tenía una misión pública (restablecer la

frontera convenida en el río Oiapoque) y una misión secreta: llevar para el Brasil unas semillas de café, que habían entrado a las Guyanas desde Surinam y que los gobernadores custodiaban con celo enfermizo. Como antes los árabes y después los holandeses, los capos de las colonias recibían firmes instrucciones desde las metrópolis para mantener el cepo sobre el monopolio y evitar que la planta, fuente inagotable de placeres sensuales y estímulos intelectuales en los cafetines europeos, cayera en manos (¡tierras!) de otros países. Todo esto explicó con pompa diplomática el señor Claude de Guillonet, Señor d'Orvilliers, gobernador de la Guyana francesa, en un banquete ofrecido en honor del mediador. En pocas palabras, jamás le darían las semillas, en previsión de que el Brasil no se inicie en su cultivo. Siempre desvelado por las intrigas palaciegas, el mandamás descuidó un flanco que cualquier hombre, militar o civil, debería convertir en su trinchera: el dormitorio. ¿Fue amor o especulación? El ardiente romance entre Francisco de Melho Palheta y *madame* D'Orvilliers, la esposa del gobernador, empezó con los amantes rendidos ante todas las posibilidades lúbricas del deseo, escondidos a ojos de amos o sirvientes, y terminó con súplicas, promesas y un regalo, que fue a la vez prueba de amor y evidencia de la traición: en la despedida, el ramo de flores que ella le dio a él escondía unas cuantas semillas de *coffea arabica*. En su regreso a Belém, en el estado norteño de Pará, el caballero brasileño sembró la simiente sobre la tierra y, aunque el amor taimado no haya regalado descendencia, la planta de café empezó a crecer hacia el sur y más al sur y más al sur, hasta que en pocas décadas todo el país estuvo poblado por un arbusto bastardo.

"Prácticamente desconocido en los trópicos, el fruto prohibido, representado en una atractiva cereza encarnada, estaba dotado de un carácter seductor y embriagante", escribió la erudita Ana Luiza Martins en su *História do Café*: "La bebida era asociada a las mesas ricas y elegantes de las cortes europeas, estimulando la convivencia calificada. Era inevitable que, siguiendo el ejemplo de las leyendas y los misterios que envolvieron su ruta en Oriente, su llegada al sur del Ecuador también mereciera una construcción idealizada, al sabor de la característica excitante de la propia bebida, aunque más no fuera por los exquisitos escenarios de su consumo, siempre asociado a los espacios civilizados, donde se tomaba como celebración de los sentidos y, por qué no, del amor". El gentilhombre brasileño pasó a la historia como el conquistador de la dama francesa, con su traje de caballero (¡qué capa! ¡qué sombrero!) en plena faena de seducción por el cafetal; un arquetipo del héroe de folletín que, en la emergencia del ardor, repasaría los tristes trópicos de la separación y el desconsuelo, y si es cierto que todas las historias ya están inventadas, el romance fallido bien podría haber servido de inspiración para la telenovela

clásica, como aquella que inmortalizó este y todos los desencuentros apañados a la sombra de una plantación: *Café con aroma de mujer*.

En Belém, don Francisco se convirtió en terrateniente. Él era un *mazomba*, el hijo blanco de unos portugueses acomodados, nacido y criado en la colonia. Como dueño de la cotizada planta, fundó su propio cafetal en Pará, que llegó a tener miles de hectáreas y para cuya explotación le pidió al gobierno la compra de cien parejas de esclavos: era más barato adquirir africanos "nuevos" que procurarles cuidados médicos a los "viejos"; el promedio de vida en las *fazendas* era de siete años. Algunas cartas reales de 1734 documentan las inversiones agrícolas del caballero y la multiplicación geométrica de sus tierras. Fue el primer caficultor del país que hoy es la superpotencia cafetera, con el 75% de la producción mundial. "Era el inicio incipiente de la formidable aventura económica del 'oro verde' en el Brasil", escribió Martins. Las plantas crecían por todos lados: desde los cafetales de Belém llegaron a Minas Gerais, Espíritu Santo, Río de Janeiro, San Pablo y Santa Catarina. Los granos se exportaban hacia Portugal desde los puertos de Río y de Santos. En Europa y los Estados Unidos, tierras frías que jamás gozaron de la bendición natural cafetalera, el consumo era cada vez más alto y, para fines del siglo XVIII, la revolución en las Antillas había dejado a la isla La Española sin posibilidades de satisfacer la demanda. Era la hora del Brasil. Para el historiador Steven Topik, especialista en *commodities* latinoamericanos (desde el azúcar hasta la cocaína), "Brasil no respondía simplemente a la demanda mundial, sino que ayudaba a crearla al producir gran cantidad de café a un precio barato para las clases trabajadoras de Norteamérica y Europa". Ya en el siglo XIX, con la familia real portuguesa instalada en Río después de que Napoléon la expulsara de Lisboa, el Brasil se asumió como "reino del café" y la planta cubrió los morros cariocas: Gávea, el Corcovado, Tijuca o la región de Jacarepaguá, antes de las postales turísticas o las carreras de Fórmula Uno, se convirtieron en inmensos cafetales. "Fue a través del café que Brasil se presentó al mundo", escribió Martins: "Era la primera vez que el comercio se abría oficialmente hacia otros pueblos".

La expansión descontrolada tuvo efectos devastadores. Durante los meses de invierno, hordas de obreros podaban los morros hasta dejarlos pelados. Con machetes y pólvora, las laderas de las colinas se desmoronaban en explosiones espantosas, creando un apocalipsis para loros y tucanes. Todos los esfuerzos de la poda estaban dedicados a mantener la supremacía del monocultivo, motor económico del gigante que intuía su destino como potencia. En su codicia de sol como prueba de sus vacaciones en la playa célebre, ningún turista de ahora imagina que una nube gris oscurecía el cielo durante los meses

de la estación seca, cuando la tierra se volvía un campo de batalla humeante y Río "era rápidamente devastada por una planta cuya destructiva forma de cultivo arrasaba los bosques, agotaba las reservas naturales y dejaba a su paso una decadencia general", según escribió Eduardo Galeano en *Las venas abiertas de América Latina*. Esta es una fábula de amor y muerte, que pinta el pasado negro de la República Café con Leche. Tal vez los espíritus de don Francisco y *madame* D'Orvilliers hayan viajado con los cafetales y aún se paseen por la costanera, y sea por eso que un yunque de añoranza me ahoga la garganta en el atardecer carioca, o porque la melancolía viaja con uno adonde sea que uno vaya: si la postal típica de Río celebra la alegría incondicional de la ciudad de los carnavales o el *reveillon*, mi ánimo es disidente. Cuando cae la noche tropical solo un café me salva del naufragio (¿otro más? ¡otro más!), recuerdo las palabras de Vinicius de Moraes y dejo ir la mirada sobre cualquier garota de Ipanema, mezcla de flor y sirena, "llena de luz y de gracia pero cuya visión es también triste pues lleva consigo, camino del mar, el sentimiento de lo que pasa, la belleza que no es nuestra – es un don de la vida en su lindo y melancólico fluir y refluir constante…".

D. LA DESGRACIA ES PLANTA RESISTENTE

"Ya que me lo pregunta con tanta fineza, le digo, mozo, que cuando viene la desgracia no viene sola. Empieza y no hay quien la pare, crece como cosa barata, de consumo general. La alegría, en cambio, no prende, es planta exótica, de cría difícil, de poca sombra, de duración breve, no se da bien con el sol ni con la lluvia ni con el viento, exige cuidados cotidianos y tierra bien abonada, ni seca ni húmeda, es un cultivo caro, de gente rica, con mucho dinero. La alegría se conserva en champaña; la *cachaça* solo acompaña las desgracias, si es que las acompaña": si las primeras palabras del maestro Jorge Amado en el primer capítulo de la novela *Teresa Batista cansada de guerra* no hablaran de una muchacha de cobre con fijación por la alegría, como si fuera una orquídea rara, bien podrían hablar del café: "La desgracia es planta resistente, se mantiene sin requerir cuidados, crece sola, se vuelve frondosa, se la encuentra en todos los caminos". Como el cafeto. La *terra roxa* del Brasil regalaba brotes y brotes en fincas que llegaban a tener dos o 3 millones de plantas, ubicuas e indestructibles, silvestres y descontroladas, que crearon fortuna y miseria (más fortuna para los ricos y más miseria para los pobres, como suele suceder desde que el mundo es mundo). Ahí donde los historiadores identifiquen la época como la Era del Imperio del Café, el paraíso natural fue arruinado en una locura de peste, hambre, guerra, muerte y amor.

"Él vive al estilo de un verdadero magnate", admiró el sacerdote estadounidense J. C. Fletcher, arrobado por el lujo como tantos curitas poco franciscanos, en su visita a una *fazenda* cafetalera de 16.500 hectáreas en la primitiva Minas Gerais de 1857. En sus diarios de viaje, se fascinó con una cuenca de plata de medio metro de diámetro que tenía que ser transportada por tres sirvientes, se maravilló ante una orquesta de quince músicos que interpretó la obertura de una ópera y se conmovió ante el coro de negritos que entonó unos salmos en latín. La finca era del comendador Silva Pinto, todo él excedido como un Fitzcarraldo sobrepasado de cafeína, pero bien podría haber sido la de Monito Campert, el francés Louis Francois Lecesne o la de Pedro Rossi, el capitoste portugués de ambiciones mesiánicas que se había bautizado como "el barón de Grão-Mogol". En la ciudad de Río

Claro, su propia isla del doctor Moreau cerca de San Pablo, todavía se cuentan las fábulas del terrateniente que creó un régimen de esclavitud customizada, en el que sus siervos eran castigados con cuatrocientos golpes de sus látigos de cinco dientes y eran obligados a participar de orgías populosas en los sótanos de la mansión: bacanales donde se entregaban a todas las posibilidades amatorias conocidas y los señores se bebían de noche el café que los esclavos cultivaban por la mañana. Se dice que el barón acusó a su mujer de loca y la encerró veinte años en un altillo. Que era el padre de decenas, ¡cientos!, de hijos ilegítimos de sus esclavas. Que reconoció en su testamento a quince de esos bastardos como propios. Que tenía harenes de niños. Que golpeaba a sus obreros hasta provocarles parálisis fulminantes. Que los ataba a un anillo de acero clavado en el suelo. Que los obligó a construir una estatua en su honor que todavía está en pie.

Los magnates del café fueron los grandes responsables de que Brasil haya sido uno de los últimos países occidentales en abolir la esclavitud, recién en 1871: la libertad de vientres sancionada por el "magnánimo" emperador Pedro II declaró como libres a los niños que nacieran desde ese momento, pero no alcanzó para desterrar una cultura de la brutalidad y la desigualdad para los 3 millones de africanos que fueron vendidos en doscientos años para cultivar el café de los dueños privados. El patrón del mal es burro por impune. "Brasil es café y el café son los negros", dijo en 1880 un diputado adornado por una coima millonaria pero, aun en la prebenda de la corruptela, no pudo evitar que la "política-café-con-leche" buscara, al menos en las formas, mejores condiciones de vida para los obreros del grano. A fines del siglo XIX, el precio del *commodity* subía en todo el mundo pero las tierras cariocas estaban agotadas. La inauguración del primer ferrocarril hasta Santos reemplazó a las mulas como medio de carga del café, que eran exigidas hasta quedar con los lomos quebrados al cargar con sacos de sesenta kilos. ¡Ah, las postales del progreso! En 1874, el emperador envió un mensaje a Europa a través de un cable submarino; en 1889 ya se habían construido 9.700 kilómetros de vías férreas, que llegaban o partían desde los puertos de Río y de Santos, asegurando la provisión a los cafetines europeos. Con el tren, las *fazendas* fueron extendiéndose hacia todas partes y los nuevos empresarios del café, con telégrafos y luz eléctrica, eran progres al lado de los antiguos capos de Río.

Con la prohibición de la esclavitud, los barones se decidieron a implementar un sistema de colonos: pagaban los pasajes de inmigrantes de varios países europeos, a los que les daban una casa, un salario magro y una cantidad de cafetos para que cuiden. Pero había una trampa ahí donde les exigían que les devuelvan los gastos de transporte en incomodísimas cuotas y, como era ilegal abandonar

las plantaciones antes de saldar las deudas, los peones pronto descubrieron que eran esclavos sin latigazos ni orgías y los suizos y los alemanes organizaron una huelga. En el Imperio del Café, ni blanco ni negro: el político beige finalmente logró que el gobierno se hiciera cargo de los gastos de transporte de los obreros, que empezaban a trabajar de cero, sin deuda contraída. Así, entre 1884 y 1914, más de un millón de europeos reemplazaron a los africanos en la cosecha del café; la mayoría de ellos, italianos o alemanes pobres que tocaban suelo carioca sin entender una jota del portugués y que después volvían desmoralizados a sus tierras o se convertían en prósperos terratenientes, como Francisco Schmidt, un prusiano que llegó a ser el capo de la *fazenda* Monte Alegre, en Ribeirão Preto, con millones de cafetos y un negocio que hacía de él un jeque sentado sobre un pozo de otra clase de oro negro. Autoerigido como "el tercer Rey del Café" en un linaje plebeyo después del barón Henrique Dumont, que fue el segundo, y antes de Geremia Lunardelli, que fue el cuarto y el último, *herr* Schmidt fue un patrón moderno en los umbrales del siglo XX, que dotó a su finca de un ferrocarril de uso particular, un sistema de telefonía y cobertura médica para miles de colonos, ya liberados del yugo de las deudas pero atados para siempre a la suerte del patriarca; entre ellos, libres de la manera en que se puede ser libre si uno es pobre y trabaja dieciséis horas por día y duerme en una casa prestada, se repetía con el peso del nunca más la frase que decía Monito Campert y que había sellado el destino de los que habían cultivado el café, como ellos pero antes: "¡Prefiero ver a mi madre pudrirse que liberar a mis esclavos!".

E. NO HAY CAFÉ QUE PUEDA APAGAR TANTO FUEGO

"¡Pegadísimooooo...!". Los casinos de Costa Rica no tienen ruleta, tienen bolillero como en una lotería familiar, y ante la improbable aparición de un nuevo millonario por bendición del azar, el croupier celebra con un grito: "¡Pegadísimooooo...!". Juego unas fichas en una noche de bochorno sofocante, en la que las suelas de las zapatillas se pegan al pavimento de San José y, si un capocómico argentino se investía con charreteras y bananas como el dictador de Costa Pobre para parodiar las penurias de un pueblo condenado a vivir en el oxímoron (una riqueza miserable), esta noche pierdo mis últimos colones en el casino y guardo lo poquito que me queda para comer. "Pura vida", así saludan por acá. "Pura vida", respondo. Me muero de hambre. En la fonda Jardín Cevichero Mexicano (ticos, peruanos, aztecas, ¡esta es la auténtica hermandad latinoamericana!), un animador de imposible melena caoba interpreta un número vivo con canciones de nuestro Sandro, que solo interrumpe para felicitar en el acople de un micrófono al argentino valeroso que se le anima al plato típico, picantísimo: el gallo pinto, un rejunte de arroz y frijoles negros o rojos cuya soberanía se disputan costarricenses y nicaragüenses. Me animo. Una bola de calor me invade la cara, un tren ardiente baja por la tráquea hasta la boca del estómago y por ese palpitar, ante el manotazo instintivo que me anima a tomar un vasote de cerveza, me dicen que no, que eso es peor: si es cierto que no hay agua (¡ni birra!) que puedan apagar tanto fuego, una secretaria del Sandro caribeño me acerca una tacita hirviente de Tarrazú para aplacar el ardor. Acá todo se arregla con café.

"Al pueblo de Costa Rica en conmemoración de 200 años de contribución al desarrollo social y económico gracias a su producto de excelencia, café de Costa Rica", dice pomposa una placa de bronce junto al edificio del Correo, en el centro de la capital. El texto acompaña a cinco canastas, también de bronce, en réplica elefantiásica de aquellas de mimbre que ajustan a sus cinturas los caficultores durante la cosecha, y la firma, en los rígidos caracteres de una tipografía *sin serif*, destaca el papel de la oligarquía: "Sector

cafetalero nacional"; o sea, los dueños. Las primeras semillas llegaron desde las Antillas cerca del año 1776 y se multiplicaron como una plaga benéfica. "Eso es lo que tiene de malo la naturaleza: ¡hay tanto de ella!", ironizó alguna vez una dama de la alta sociedad y en este país con costas sobre el Pacífico y el Caribe el verde es exuberante y la observación extática del volcán o la colina disimulan, en la atención del visitante, las penurias de una ciudad tan sucia y caótica como una terminal de micros con gigantismo. Se le debe a un curita católico, el padre Feliz Velarde, la explosión del cafeto desde aquel día de 1816 en que murió y en su testamento dispuso que las semillas que cultivaba con esmero se repartieran entre los vecinos para que las planten, en una invitación concreta a hacer algo útil de sus vidas. Cuatro años más tarde, el paisito exportaba su primer quintal rotulado con el lema "Café de Costa Rica" en el buque Nuestra Señora que iba hacia Panamá y, desde entonces, fue la fuente principal de los ingresos familiares y de las divisas nacionales.

En Costa Rica no se fundaron grandes latifundios sino que el café se produjo en pequeñas fincas del Valle Central, unas por aquí y otras por allá en los alrededores de San José, con un espíritu de prematura unión nacional que hermanaba a los granjeros en el cultivo de la especie arábica y en la ambición de cierta idea del bien común: gracias a las exigencias de la comercialización del "grano de oro", como le dicen los ticos, se abrió la primera imprenta, se titularon las tierras, se emitió moneda nacional y se fundaron el correo, la universidad, el hospital, el teatro. "El café entró en las estructuras de la vida cotidiana de los puertos, las capitales, los centros comerciales del interior y el campo, alterando la actividad de comerciantes, prestamistas, terratenientes, tenderos, profesionales, burócratas, pobres ciudadanos y campesinos", escribió el historiador Robert Williams en *States and Social Evolution: Coffee and the Rise of National Governments in Central America* ("Estados y evolución social: el café y el ascenso de los gobiernos nacionales en Centroamérica", un libro publicado por la Universidad de Carolina del Norte, Estados Unidos, en 1994). Algunos encontraron apenas un MODO de subsistencia y alguno que otro se hizo millonario. ¡Pegadísimooooo! Pero, más importante, el café forjó una identidad popular con un folclore de cuentos, romanceros y apariciones de La Llorona nacida a la sombra de las plantaciones en cada "cogida" (la recolección del fruto) y creó una mitología que ofrece una taza como remedio para cualquier cuita: si una tradición pacífica hizo de Costa Rica un país progresista sin ejércitos, entre las otras naciones centroamericanas el café se reprodujo sin orden ni concierto, con las tazas desbordadas de sangre, sudor y lágrimas.

En Nicaragua, el último país de la región en plantar café pero el

primero en rebelarse, los indios atacaron en malón la casa de gobierno en Matagalpa, en el corazón de la región cafetalera, y ahí nomás donde reclamaron el final del trabajo forzoso que los sumía en la esclavitud más perversa, el ejército encabezó un genocidio contra ellos; pero la resistencia campesina se mantuvo incluso durante el gobierno del general José Santos Zelaya, que era hijo de un caficultor y que después de la Revolución Liberal de 1893 promovió la industria del café aunque los revolucionarios habían asesinado al principal productor del país. En El Salvador, la expropiación de las tierras arrojó a la miseria a millares de indios nativos hasta que, en la década de 1880, se rebelaron contra los poderes opresores, incendiaron los cafetales que llenaban de riqueza a los blancos y, en respuesta, el gobierno dotó a la Policía Montada de chicotes y machetes que golpeaban y mutilaban a los indios para que los señores del café, todos con apellidos patricios hispanos, pudieran gozar de sus fortunas, mientras los militares se alternaban en las dictaduras y en la custodia de la calma que antecede al huracán. En Guatemala, el general Justo Rufino Barrios, heredero de una familia próspera que cultivaba café desde que los jesuitas llevaron las primeras matas a la ciudad colonial de Antigua como decoración para su monasterio, asumió la presidencia en 1873 y expulsó a los indios de las tierras cafeteras y los usó como mano de obra esclava, convirtiendo el país en "una colonia penal" que violaba a las mujeres, sometía a los niños y exterminaba a los hombres. El holocausto indígena fue tan eficiente en su monstruosidad que, entre 1890 y 1892, los *blackbirders*, o esclavistas guatemaltecos, necesitaban mano de obra y entonces compraron 1.200 obreros de las islas Gilbert, hoy República de Kiribati, en pleno océano Pacífico al noreste de Australia, para trabajar en las plantaciones de café: cuatrocientos murieron durante el infernal viaje en barco y otros trescientos ya en tierra, durante el primer año de trabajo brutal hasta que los poquísimos sobrevivientes fueron devueltos en 1908 a sus lejanos y añorados atolones.

"¡El mejor café del mundo!", me dice Iván, el verborrágico dependiente de una cafetería del centro de San José, mientras me sirve un filtrado en vasito de vidrio, sin leche ni azúcar, ya apagados los ardores del gallo pinto y en búsqueda de un alivio perdurable que cualquier otro podría encontrar en una botella de ron. En el bar El Tostador, con su mostrador de fórmica y sus paneles de vidrio iluminados por detrás que reproducen los mil y un tonos del grano tico, o en la confitería Cafeteando, con su etiqueta de elegante sport caribeño en las mesas sobre la vereda protegidas por lonas y toldos, el café se discute como pasión nacional: la disputa eterna con Colombia por la potestad del título mundial los anima a repetir que este, y no otro, es el mejor café. "*Juan Valdez drinks Costa Rican Coffee*", dice un

sticker que se multiplica en las vidrieras de los negocios y en las lunetas de los autos, en el idioma incomprensible para muchos pero que suena bien entre las clases ilustradas del Caribe y se tartamudea en una dicción accidentada pero aspiracional: siempre, sobrepronunciado. Sin embargo, nadie habla de los indios exterminados ni de las masacres en masa: los mártires del café son invisibles. “El-me-jor”, insiste Iván, todo él entusiasmo, que se siente en la obligación de despejar la sombra que cruza el rostro del cliente. Que no decaiga el afán por mantener la sonrisa, agitar el piecito al ritmo del reggaeton y quien dice bailar dice tirarse unos numeritos en el casino, los ultimísimos colones, ahora sí, y hacer del trago amargo un momento dulce. Eso es pura vida.

F. ¿JUAN VALDEZ TOMA CAFÉ DE COSTA RICA?

El colombiano más famoso del mundo no es colombiano. La guayabera blanca, el sombrero *paisa* y su mula fiel, a la que bautizaron Conchita, desentonan entre los rascacielos vidriados, los taxis amarillos, los trajes de buen corte y el ajetreo de Madison Avenue, en el corazón de Nueva York, pero ahí nació Juan Valdez, como el Benjamin Button del curioso caso escrito por F. Scott Fitzgerald: vino al mundo con cincuenta años y un tupido bigote renegrido. Por época y entorno, la historia bien podría haber inspirado la trama para un capítulo de la serie *Mad Men*, con todos esos hombres locos por la publicidad, los cigarrillos, el whisky y los corpiños de aro metálico: en 1959, la agencia Doyle Dane Bernbach (DDB) ganó la cuenta de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia para representar a los 500.000 pequeños caficultores del país sudamericano. A diferencia de lo que ocurrió en Brasil, en Colombia no se fundaron grandes latifundios con amos esclavistas: la producción del café se dispersó en minifundios (cientos, miles), todas pequeñas fincas familiares con métodos casi domésticos de cultivo y cosecha. Los productores agrícolas, unidos en una federación desde 1927, advirtieron la necesidad de darle cuerpo y rostro al cafetero anónimo para aumentar sus ventas porque padecían un exceso de producción poco cotizada. Con una valija llena de granos tostados para moler y colar (y un millón de dólares en efectivo), dos colombianos viajaron hasta Madison Avenue y, después de unas cuantas citas de negocios bien regadas, la epifanía creativa dio a luz a un embajador de buena voluntad que, con la sonrisa de ala ancha y el gesto amable, convenció al mundo de que el mejor café baja de las montañas de Antioquia o Caldas. La agencia DDB compró páginas de anuncios en *The New York Times* y en solo cinco meses consiguió que el 87% de los gringos reconocieran a Juan Valdez como un hombre de confianza, aunque el falso cafetero colombiano nacido en Nueva York debía su nombre a un estudio de mercado para que los yanquis pudieran pronunciarlo sin esfuerzo y su rostro bonachón, al actor José Duval, que era cubano.

En el origen de uno de los más fabulosos negocios del siglo XX están dos severos curitas católicos. Doscientos años atrás, el café estaba arraigado en las Guyanas, que conservaban las plantas con

celo: si en el Brasil, el caballero Francisco de Melho Palheta se valió de sus ardides amatorios para llevar el grano a Minas Gerais, en Colombia, los jesuitas Francisco Romero y Raimundo Ordoñez plantaron unos cafetos que se habían robado de las Antillas: ahí donde el fin noble justifique la comisión de un pecado, los sacerdotes evangelizaron con el grano. Establecidos cerca de la frontera con Venezuela, practicaban un peculiar catecismo de expiación: después de la confesión, y como complemento al recitado de los padrenuestros y las avemarías, a los pecadores se les imponía como penitencia el cultivo de los cafetos, en número directamente proporcional con la gravedad de la falta. Desde entonces, todo aquel que se repitiera el machacante "por mi culpa, por mi culpa, ¡por mi gran culpa!" plantaba café como purgación: a juzgar por los resultados, era un pueblo de pecadores. Colombia se llenó de plantas de café repartidas en las verdísimas zonas rurales de Cúcuta, Santa Marta, Bucaramanga, Manizales o Armenia, pero ahí donde la naturaleza volcánica fuera una bendición para la plantita, las dificultades de acceso y las revoluciones, como la Guerra de los Mil Días, demoraron muchísimo la consolidación de una industria. "Colombia no fue la única que sufrió repetidas revueltas militares", escribió Mark Pendergrast: "Muchos países latinoamericanos, sobre todo aquellos en los que el café creaba gran bienestar junto con una abyecta pobreza, sufrieron trastornos de esta clase. Un cronista escribió en 1914 que 'muchos de los países en los que se cultiva el café' eran aquellos 'en los que siempre se está tramando alguna revolución'. En efecto, informó, a veces se exportaban balas con el café… y tal vez no precisamente por accidente".

"¡Colombianos, a sembrar café!", fue el grito de guerra que se repitió a principios del siglo XX, cuando una relativa estabilidad política permitió pensar en la economía. Como un Macondo en el campo, las pequeñas haciendas eran el corazón del realismo mágico rural y las bayas rojas y las hojas verdes del cafeto eran tan representativas de la mitología nacional que hasta se armaban en ramitos para dejar como ofrenda en las tumbas de los muertos. Para 1905, Colombia exportaba 500.000 sacos de café: mientras los Estados Unidos se rendían a los embrujos de la infusión aun a pesar de las advertencias agoreras del Postum, los yanquis empezaron a valorar el aroma frutado y el sabor suave de la arábica colombiana, que todavía bajaba de las montañas a lomo de mulas pero que la inauguración del ferrocarril llevaba más rápido hasta puertos como el de Buenaventura; para 1914, la apertura del Canal de Panamá les permitió exportar café desde sus costas del Pacífico; para 1915, Colombia vendía un millón de sacos de café. Y la Primera Guerra Mundial, que cerró la mayoría de los mercados europeos (entre ellos, Francia y Alemania, los

principales compradores del grano colombiano), generó un boom del consumo en los Estados Unidos, con el café como berretín para entendidos: las tragedias de unos son oportunidades de negocios para otros.

"No sabemos quién es más terco, si Juan Valdez o su mula": cruzado de brazos mientras Conchita carga sobre su lomo bolsas de 60 kilos, el paisano resume la estampa del macho latinoamericano. En los avisos que llenaron las páginas de los diarios neoyorquinos (en la época en que una página impar de tamaño sábana era la máxima aspiración publicitaria de toda marca ambiciosa), el cubano José Duval entrecerraba los ojos e insinuaba una sonrisa debajo del mostacho, para llevar tranquilidad a la atribulada ama de casa del "Middle America": en Iowa o Wisconsin, los gringos cambiaban recelo por confianza en la imagen tranquilizadora del colombiano vestido de blanco, animados por la explicación del aviso creado por DDB: "Juan tiene una finca en los Andes colombianos, a un kilómetro y medio de altitud. Allí la tierra es rica. El aire es húmedo. Dos razones para lograr el extraordinario café de Colombia. La tercera es la obstinación de los cultivadores como Juan". Por primera vez en la historia, se valoraba la calidad de la bebida. La Federación de Cafeteros creó el sello "100% café colombiano", que rubrica como una marca IRAM el contenido del cuartito, junto al isotipo del campesino, la mula y las montañas en sus trazos mínimos, apenas: unas líneas que parecen replicadas por un esténcil y se imprimen de a millones, en tanto Colombia se haya convertido en el cuarto productor mundial de café y en el primero si se valora la calidad, por lo menos en el inconsciente colectivo, que es el Xanadú de la publicidad.

Tres años después de su nacimiento, Juan Valdez llegó a Canadá, luego a Europa y más tarde a Asia. La revista *Advertising Age* distinguió la campaña como "sorprendentemente original" y, unas temporadas más tarde, cuando el lema publicitario destacaba la "autenticidad" del producto, los cafetaleros tuvieron el buen criterio de reemplazar al cubano por un caficultor real, el colombiano Carlos Sánchez (después sería sustituido por su compatriota más joven Carlos Castañeda), que con su estampa beatífica fue elegido en los Estados Unidos como el ícono publicitario más reconocible del país, por encima del payaso Ronald McDonald o el conejito infatigable de las pilas (despechado y herido en su orgullo, el actor José Duval tuvo fantasías de David y embocó un piedrazo en la frente del Goliat cafetero al crear el lema "*José Valdez drinks Costa Rican coffee*", que se multiplica de a miles en aquellas vidrieras de los negocios o lunetas de los autos por todo el Caribe, en rebelión contra la arrogancia de la marca colombiana: murió solo y olvidado en 1993, a los 72 años y, como tantos actores arruinados por un éxito, condenado a repetir las

muecas de un personaje del que nunca pudo librarse). Con el uniforme impoluto y la mula como compañera infaltable, Juan Valdez fue invitado a los *late shows* de la tele yanqui, hizo un cameo en la película *Todopoderoso* con Jim Carrey, recibió honores de presidentes y dictadores y alcanzó el mayor tributo que la cultura popular de esta época le reserva a sus íconos más perdurables: apareció dibujado en un capítulo de *Los Simpson*, justo cuando la familia de Springfield padece un traspié económico y, estampado en una lata, Juan Valdez se tapa la cara debajo de la frase “Vergüenza de Colombia, café con descuento”.

Su modelo de negocios se estudió en la Universidad de Harvard, donde la elite académica se maravilló frente a la construcción del mito y se lamentó ante sus últimas decisiones fallidas, como las pródigas inauguraciones de tiendas con su marca que copian los sillones mullidos y los vasos de cartón de Starbucks, la multinacional que todavía no levantó ni una sola de sus 21.000 cafeterías sobre suelo colombiano (cosa que sucederá muy pronto); esas decisiones fallidas obligaron a cerrar su local más emblemático, uno gigante ubicado en una esquina del Times Square neoyorquino que nunca funcionó porque los yanquis, sus fanáticos más fieles, consideraron que la burda pretensión de parecerse a ellos era una traición a la idea que tienen del exotismo latinoamericano, que se representa en bananas, maracas, café, golpes de Estado y la fantasía de un amante dotado para el amor y terco como una mula. Acaso haya sido una decisión más inteligente editar el disco *Songs of Juan Valdez*, entre cientos de otras baratijas franquiciadas al *merchandising*, como remeras, llaveros o tazas: grabado en el Webster Hall de Nueva York con la orquesta de Ray Martin y ubicado en las bateas de *easy-listening* de las disquerías cuando aún existían, el álbum publicado por la RCA Victor compilaba algunos de los temas clásicos del cancionero colombiano, como “Santa Marta”, “Flores negras” o “Mi cafetal”, para la escucha fácil del norteamericano promedio: si es cierto que los sones del Caribe parecen compuestos para el maridaje con una tacita de café (o un vasito de ron), los próceres de la música encontraron inspiración en la bebida oscura, ya no solo Beethoven o Bach sino Bob Dylan, que en sus primeros rasgueos de guitarra se declaró flechado por una taza de “tinto”, el café negro sin leche ni azúcar que se toma en Bogotá, al que dedicó el quinto episodio de su ciclo radial *Theme Time Radio Hour*, en la declaración pública más notable de admiración por el colombiano más famoso del mundo. “Cuele una ‘taza de Joe’ caliente y humeante porque vamos a hablar del líquido ambarino de la vida”, dijo Dylan: “El oro del hombre común que, como el oro, le brinda a cada persona la sensación de lujo y nobleza. Gracias, Juan Valdez”.

G. UN PASEO EN EL ROLLS ROYCE DE LOS CAFÉS

El sombrero panamá me delata como turista en el Caribe: no lo llevo con el garbo impasible de un lugareño, ni lo uso con la naturalidad del que encuentra un fin útil más que ornamental, y el brillo sintético de la paja denuncia a gritos "¡Miami, Miami!". A una hora de "la única ciudad de América, y quizá del mundo, donde una población venida de otro país, de otra cultura, con otra lengua, se ha hecho dueña del territorio en solo una generación", al decir del maestro Tom Wolfe en su novela *Bloody Miami*, el avión de American Airlines aterriza en las islas Caimán: calor calor calor, ni una nube, mil por ciento de humedad, el sol infame como una lámpara de sala de interrogatorios que te deja ciego y, nomás poner pie en tierra, una ola de sudor que te empapa, aguando la expectativa bautismal del primer chapuzón en el mar transparente. Vengo por razones profesionales, si es que el periodismo puede considerarse una profesión, y en los pocos kilómetros del aeropuerto al hotel veo que se conduce al estilo británico (por la izquierda) y que en la fachada de los poquísimos edificios públicos cuelga el retrato de la Reina en toda su regia expresión, un detalle que cobra dimensión histórica cuando se trata de algunos de los rasgos distintivos del paisito que tributa a la Corona: paraíso fiscal y secreto bancario.

La leyenda cuenta que este islote caribeño era parada obligatoria de los corsarios ingleses y que en un día aciago diez barcos naufragaron cerca de sus costas. En recompensa por el valor de los lugareños que acudieron al socorro de los británicos poniendo en peligro su propia vida, en Londres se decretó que aquella colonia remota jamás pagaría ningún impuesto.

¡Qué oportunidad para millonarios díscolos, empresarios dudosos y políticos deshonestos! Se los ve por las calles del centro en short y ojotas pero con maletines de cuero negro, el cuello rojo, las piernas flacas y las panzas abombadas. En esta isla de 50.000 habitantes hay 50.000 empresas registradas, con su dirección fiscal en alguna de estas casitas de madera pintadas de verde-agua o amarillo-patito: como el edificio más alto tiene apenas cinco pisos y es un hotel cinco estrellas, los bancos con sus bóvedas repletas de billetes y lingotes se ven como ranchitos bajos al estilo caribeño, aunque fortificados. En mi módica

excentricidad como laburante entre los ociosos millonarios, me entrego al lujo que puedo permitirme, no un fajo de dinero negro sino otro tesoro oscuro: un cuarto kilo de Blue Mountain, el café más cotizado del mundo.

"¿Jamaica *no problem*? Ha, ha, ha". Con un vozarrón gutural, Adam se burla del lema fumón que inmortalizó a la isla vecina en su destino de indolencia, de la que Caimán se independizó en el año 1863, aunque los lazos históricos y geográficos nunca se romperán mientras una siga siendo el Uruguay de la otra. Él trabaja en un hotel y se jacta de la vigilancia policíaca que, en custodia de los bancos, hace de esta una isla segura y de aquella, una plagada de problemas y de mota. Y de café. En el siglo XVIII, los conquistadores ingleses observaron que los franceses usufructuaban sus cafetos en la isla Martinica y en su Guyana, que los portugueses plantaban arbustos por todo el Brasil, que los misioneros católicos repartían tantos plantines como penitencias por Colombia y Venezuela y que ellos no podían ser menos. "Una de las actividades más importantes que realizaban los primeros exploradores europeos era introducir plantas que no existían en los lugares donde las sembraban", escribió Stewart Lee Allen: "Al principio, se dedicaban a llevar a Europa productos originales del Nuevo Mundo, como los tomates. El primer trasplante importante de un producto del Viejo Mundo al Nuevo fue el del azúcar africana a Brasil. El café fue el segundo". Con la habilidad del que es hábil para el oficio de la piratería, el gobernador sir Nicholas Lawes obtuvo unas semillas de Martinica y la planta se multiplicó por la ya mítica zona oriental de Jamaica, conocida como Blue Mountain: si el café puede ser una droga de la que me considero adicto, las Montañas Azules bautizaron al grano más cotizado del planeta y a la variedad canábica que fuman los que tienen acceso a lo que se planta en el Caribe.

De aquellos años perdura la leyenda de María y María Fernanda. La primera María era una esclava de la que nadie conocía su nombre completo (era, apenas: la "tía María") y que cuidaba de la pequeña María Fernanda de Almudena y Vallermosa; entre los íntimos, Mafe. En las noches de calor insoportable, la Tía María preparaba un licor con melaza, vainilla y granos de café que aportaba sosiego y confort en el insomnio provocado por el bochorno. Pero cuando los disturbios sociales inundaron la colonia, y los incendios se multiplicaron ahí adonde no llegara el agua, la Tía María le entregó una dote a su querida Mafe, una caja con dos perlas, la receta del licor y un presagio: "Lo necesitarás cada vez que desees recordar el tiempo que pasamos juntas" (muchísimos años después, en 1947, el biólogo Kenneth Leigh Evans escuchó la leyenda mientras estudiaba la flora de Jamaica y probó la bebida de manos de una tal Nina, que se jactaba de custodiar el secreto guardado por muchas generaciones; con

habilidad para los negocios, el doctor Evans bautizó el licor de café como Tía María, una marca que se vende en más de sesenta países y que todavía anima las sobremesas de las tías de todo el mundo).

Para principios del siglo XIX, Jamaica ya tenía 686 plantaciones de un café extraordinario, en sentido literal: fuera de lo común. Cultivado a 2.300 metros de altura, en las montañas más altas del Caribe, el gusto suave a madera y la acidez ligera derivan de una combinación volcánica de clima fresco, lluvia intensa y suelo fértil. Los vientos alisios, al circular entre las montañas altas y al soplar sobre los suelos calientes por el sol, se transforman en unas densas nieblas que envuelven las plantaciones y este efecto (*mist*, le dicen por acá) retarda el crecimiento de las plantas, que pueden pasar nueve meses gestando sus cerezas y alumbrando su sabor reconcentrado. Se dirá que así nace el café más fino jamás cultivado y, ahí donde el deseo se avive con la escasez, los pocos kilos que se despachan por año en barriles de madera grabados (los únicos del mundo, con capacidades para 15, 30 o 70 kilos, que después se astillan para que nadie pueda hacer pasar cualquier grano berreta por uno jamaiquino) son la obsesión de un sibarita quisquilloso como James Bond, que a la exigencia de beber su Martini "batido, no revuelto" le sumó el Blue Mountain como único café a la altura de un paladar con licencia para matar: el escritor inglés Ian Fleming pasó los años finales de su vida en Jamaica y, con la deslealtad de un espía encubierto al servicio del satánico Doctor No, traicionó el ritual del té británico a favor de la infusión más cargada.

Y en el siglo XXI, el kilo jamaiquino cotiza a unos 150 dólares y el 80% de la producción se exporta al Japón, donde tienen mucha afición por el café de calidad y muchos dólares para gastar. En Jamaica, es un lujo para los pocos que se lo puedan permitir en tanto el Blue Mountain se haya convertido en el brindis de un festejo singular, como el champagne o la sidra que se descorcha para Año Nuevo o en la fiestita de quince. En las islas Caimán, los turistas en misión bancaria toman de a litros, como todo lo que denote opulencia: con el acrónimo poco inspirado, la marca Jablum promete en sus paquetes violáceos "la experiencia del café sin comparación" del Jamaica Blue Mountain, en dosis de 8 onzas que permiten colar entre 25 y 30 tazas. Coronada por el escudo de ribetes monárquicos de un león erguido sobre sus patas traseras en posición de combate (el logo que, en la ostentación de fiereza y realeza, bien podría haber sido el de un banco: duro y confiable), la bolsita es la única compra que hago por el centro de George Town, la capital plagada de joyerías y relojerías libres de impuestos: de educación más bien austera y poco estridente, tomo el cafecito tropical con culpa de asalariado. ¿No es demasiado? Los gringos son diferentes. Acogotados con gruesas

cadenas de oro, entorpecidos en sus movimientos manuales por los pesados anillos de sello, envidian la clase genuina de los discretos señores ingleses, que ellos no pueden comprar aunque insistan en moverse por las callecitas de la isla en un sedán Phantom, el coche de diseño británico que cuesta medio millón de dólares y que transporta a la mismísima Reina en sus paseos con el Duque de Edimburgo, mientras dejan enfriar una taza de la bebida que, en su anhelo de lujo llevado a la comparación ridícula, en el mundo se conoce como “el Rolls Royce de los cafés”.

H. EN EL PAÍS DE LA YERBA, JAQUE MATE AL CAFÉ

Los tres muñecos se paran tiesos al fondo a la derecha y, aunque su presencia rígida procure transmitir la idea de una bienvenida hospitalaria que no sabe de huelgas ni renuncias, son como los payasos de las fiestas infantiles o el pato Donald deformado de una calesita que no paga *royalties* a la Walt Disney Corporation: asustan. Gardel de pie; Borges, sentado con abatimiento tanguero; y una señora irreconocible (¿Alfonsina Storni? ¿Victoria Ocampo? ¿China Zorrilla?) cortan el aliento del Tortoni y, entre los vitrales y la *boiserie,* se congelan en el gesto que aleja a los niños y a los adultos fácilmente impresionables. Como las estatuas de Madame Tussauds, que provocan el espanto más que el deseo de acompañar a los ídolos en su expresión cerúlea, ahí parados y tan duros parecen empeñados en congelar un tiempo pasado de cafetines afrancesados, herencias de la época en que Buenos Aires se pretendía como "la París de Sudamérica": si en su melancolía acompasada el tango se regodeó en la nostalgia del chiquilín que miraba de afuera, el Café Tortoni se asume como el último de los grandes. "En este café parece que el tiempo se hubiera detenido como en un daguerrotipo, cuando en él la gente juega al billar, a las cartas, o simplemente toman un café entre amigos", dicen los folletos que hacen del Tortoni una atracción para turistas. Aunque el sepia sea el tono predominante del cafetín típico, como si un filtro añejado pudiera aplicarse sobre la vida real, ahí donde la arrogancia porteña insista en jactarse de la tradición cafetera de la ciudad, que caiga el mito final: acá no se toma mucho café. Telón.

A fines de 1858, un francés del que apenas se conoce el apellido (*monsieur* Touan) inauguró una confitería en la esquina de las calles Rivadavia y Esmeralda y, para el nombre, se inspiró en un bar que funcionaba en el Boulevard des Italiens de París, donde se juntaban los eruditos del siglo XIX (los eruditos del siglo XX notaron que en la clásica novela *Rojo y negro,* Stendhal mencionó un "café Tortoni" de París). En el tránsito de un siglo a otro, el Tortoni porteño fue comprado por otro francés llamado Celestino Curutchet, al que la historia oficial describe como "el típico viejito sabio francés, menudo

de cuerpo y fuerte de espíritu, que estilaba la clásica perilla alargada, con ojos vivísimos y que usaba un casquete árabe de seda negra; casi un personaje de historieta". Ya en su ubicación de Avenida de Mayo 825, la elite intelectual porteña empezó a frecuentarlo y, con el pintor boquense Benito Quinquela Martín como cicerone, se formó La Peña, un espacio de encuentro entre bohemios que ocuparon la bodega del subsuelo, con el beneplácito del viejo Curutchet: "Los artistas gastan poco pero le dan lustre al café", decía con lucidez. Era 1926. Con sus mármoles y sus molduras, el Tortoni sacralizó una imagen icónica para los bares notables porteños, no muy distintos de los de París o Viena, otro motivo de orgullo para la época en que se tiraba manteca al techo y las familias pudientes viajaban a Europa con una vaca en el barco para asegurarse la provisión de leche fresca durante el paseo. En el océano Atlántico se cruzaban con los europeos que hacían el camino inverso y de aquellos españoles con hambre de América nacieron casi todas nuestras marcas de café.

Si los italianos abrieron verdulerías, los japoneses, tintorerías, y los turcos, sederías, los españoles fundaron almacenes y tostadoras de café (todavía hoy, aun con el proceso de concentración que el capitalismo y la globalización produjeron hacia fines del siglo XX, casi todas las marcas de café que proveen a los bares argentinos están manejadas por los hijos o los nietos de aquellos españoles: se las puede identificar buscando sus apellidos castizos en los sobrecitos de azúcar). En aquellas décadas del '20 y el '30, los españoles tuvieron una misión comercial, pero también pedagógica y fundacional: popularizar el consumo del café en el emporio de la yerba. Empezaron a abrir cafeterías y locales para el despacho en grano, como el mítico Gato Negro de la avenida Corrientes, creación de Victoriano López Robredo. "Opciones Santos y Colombia habituales, agregando muy probablemente alguna oferta exótica de Etiopía o del África Central, además de *blends* pensados por él", describió el maestro Miguel Brascó en su libro *Pasarla bien*: "Mezclas seguro interesantes, cancheras, porque aparte de leído era tipo más que apto para la inventiva. Pero de todos modos era poco, más bien nada: El Gato era apenas un comercio de café, fácil papita para el loro del olvido. En Buenos Aires hubo multitud, incluso con algunas propuestas muy inspiradas, pero *all dead*, como dijo Shakespeare de los antiguos reyes".

Mucho antes de eso, en la época de la colonia, el mate ya ocupaba el lugar de "bebida sobria" que el café había servido en Europa: sin agua potable, las familias rioplatenses tomaban vino o aguardiente (incluso los chicos) y se bebían unos cinco litros de alcohol por día. Entonces el café era un lujo prohibitivo que tomaban los escasísimos señores que lo habían conocido en sus viajes al Viejo Mundo y, entre ellos, ya cumplía una misión de control: "El café es un disciplinador

social", me dijo una vez Felipe Pigna, el gran revisionista de los mitos argentinos y también historiador del vino como emblema nacional: "Pero a la vez es una bebida sedentaria: te invita a sentarte. Es una excusa para leer un libro o conversar con un amigo. Tiene algo del vino, lo social. Pero a la vez es un producto más solitario". Si el mate es una bebida colectiva, que se convida como parte de un ritual atávico, el café es para tomar solo. Con la llegada del siglo XX, los intelectuales criollos empezaron a codiciarlo como bebida del pensamiento (y sus sucesores de las décadas del '50 y '60 harían del *espresso* la sustancia galvánica que los transformaría de diletantes en filósofos cada vez que ocuparan una mesa del bar La Paz).

El café nunca fue un furor nacional en el país que padece la limitación botánica: solo apta para vivir entre los trópicos, la planta del cafeto no pudo adaptarse a habitar el suelo argentino (aunque hubo algunos intentos, todos inútiles, de cultivar en Salta). Aquellos inmigrantes españoles compraban el grano verde del Brasil, al que se le vendía trigo; pero, entonces y ahora, que se diga: lo peor del Brasil. En las fincas cercanas a Río de Janeiro, los primitivos métodos de producción hacían que los frutos, maduros o todavía verdes, quedaran esparcidos por el suelo mucho tiempo antes de que los trabajadores llegaran a recogerlos: tanto, que absorbían moho, hongos, bacterias, mugre y todo tipo de aromas y sabores desagradables. Ese "gusto" se conoció como "sabor *rioy*" (que los expertos definieron como "fuerte, yodado, maloliente y rancio"). Y aunque, a la fuerza, los bebedores se hayan acostumbrado y hasta lo hayan apreciado, por conocido, ese café es el que tomamos: uno de los peores. Tal vez ahí se encuentre la respuesta a otro disparate nacional: la Argentina es uno de los tres o cuatro países del mundo donde se consume el café "torrado". En el tostado industrial de las marcas que se venden en los supermercados se le agrega hasta un 10% de azúcar, que por las altísimas temperaturas del proceso se carameliza (¡puaj!) y disimula el gusto rancio que apuramos como si nos convidaran con un pocillo de nafta. Allí también radicaría el origen de nuestras inclinaciones por el cortado: si los tanos tienen un lema imbatible contra el empacho ("café con leche, nunca después del almuerzo"), de ellos heredamos muchas costumbres pero no su experiencia en el arte de la digestión. En la Argentina, el cortado se impuso como imperativo cuando tomar café negro era para audaces y la seña para pedirle uno al mozo era la mímica de una tijerita, cortando el aire con el índice y el dedo mayor.

"A pesar de la lluvia yo he salido/ a tomar un café. Estoy sentado/ bajo el toldo tirante y empapado/ de este viejo Tortoni conocido": la lírica emotiva de Baldomero Fernández Moreno consagra con poesía el carácter tristón del bar porteño. Estamos lejos, lejísimos, de otros: una fantasía apocalíptica imagina que el fin del

mundo también tardará en llegar al sur de todo. Aunque las cadenas multinacionales inauguren tiendas en la avenida principal de cada barrio porteño, y los bares clásicos se empeñen en sobrevivir aunque se hayan perdido varios de los más notables (Richmond, London o Los 36 billares), el consumo de café en la Argentina se mantiene congelado desde hace cincuenta años y lejos, lejísimos, de otros en el mundo: apenas un kilito por año, mientras los finlandeses toman doce kilos o los yanquis, seis, o los brasileños, cinco. Ese kilo alcanza para preparar menos de cien *espressos* por año y el 70% de esos se prepara, y se toma, en los hogares, no en bares, donde el instantáneo domina la mitad de las ventas. El mate es la gran infusión nacional (seis kilos de yerba per cápita). Y aunque se pueda admirar al eterno lector solitario que toma café junto a la ventana de una cafetería, y el hábito se actualice con algunas pocas cuevas atendidas por baristas en el último grito de la pasión por el *espresso*, se produce la ecuación curiosa: se abren más cafeterías pero no se toma más café. A la espera de una revolución que nunca llega, el café quedó “frizado” en una mueca estática, como los muñecos del Tortoni.

CAPÍTULO 7

ESTADOS UNIDOS, EL PAÍS MÁS CAFEINIZADO DEL MUNDO

A. TOMAR TÉ ES UNA TRAICIÓN A LA PATRIA

B. LA CLASE OBRERA VA AL PARAÍSO CAFETERO

C. WASHINGTON DECLARA LA GUERRA INSTANTÁNEA

D. SIEMPRE HABRÁ VASOS DE PAPEL VACÍOS

E. CUENTOS DE NAVIDAD, TODOS LOS DÍAS

F. UN LUJO DE 5 CENTAVOS

G. EL *COFFEE BREAK*, QUINCE MINUTOS ETERNOS DE FAMA

H. UNA, Y OTRA, Y OTRA TAZA DE JOE

A. TOMAR TÉ ES UNA TRAICIÓN A LA PATRIA

En los Estados Unidos, una mística del abolengo nacional habla de sus próceres como “los padres fundadores” en tanto hayan sido tallados sus rostros en la piedra del Monte Rushmore y sentado las bases de una potencia con ínfulas paternalistas, pero el cuentito oficial olvida el peso histórico de la bebida bautismal. ¿Existirían los Estados Unidos de América como tales si no fuera por el café? La pregunta retórica podría encontrar respuesta en los manuales de Historia o en el millón de cafeterías ruteras yanquis, donde se repiten copias gemelas de una camarera con delantal estampado y cofia de algodón que porta una jarra de vidrio recalentada para rellenar un vaso por aquí y otro por allá del insípido líquido oscuro que también define una forma del ser nacional (en definitiva, el café americano es eso: un tazón de *espresso* agrandado, una costumbre extranjera a la que se le agrega agua hervida con el objetivo de agigantar su cantidad escueta, en el eterno complejo yanqui por llegar a ser *bigger, faster, stronger*). Entre aquellos “padres fundadores”, ninguno más sólido ni menos reverenciado que John Adams, el estoico segundo presidente estadounidense para el que se habría alumbrado una frase derrotista (“el segundo es el primero de los últimos”), cuyo mayor legado cultural fue una miniserie que le dedicó HBO y quien adoraba a su esposa Abigail, a la que prestaba atención en todas sus recomendaciones: “Hay una gran escasez de azúcar y café, artículos a los que la parte femenina del estado se resiste a renunciar, sobre todo si considera que la gran escasez fue ocasionada por los comerciantes, que ocultaron grandes cantidades”, había denunciado en 1777 la segunda primera dama. Pero entre los primitivos próceres cafeteros, ninguno más seminal que el capitán John Smith, quien en los ratos libres que le dejaba su romance fogoso con la nativa Pocahontas fundó el imperio del café.

En 1607, el inglés Smith instaló la colonia de Virginia, en Jamestown, y además de haber establecido el primer asentamiento británico en Norteamérica llevó el primer cargamento de café. Trotamundos y fanfarrón como cualquier marinero de agua salada con una golfa en cada puerto, Smith antes había viajado por Turquía, donde adquirió el hábito excéntrico: a bordo de una flota de tres barcos pequeños enviados por el rey Jacobo I para hacer pie en el

Nuevo Mundo, la costumbre de tostar, moler, hervir y beber granos de café fue la menor de sus rebeliones, tantas que el capitán en jefe Christopher Newport ordenó su ejecución nomás tocar tierra. Pero le perdonaron la vida y tuvo tiempo de convertirse en el primer presidente de Virginia y, así, en el primer mandatario anglosajón de América. Entre sus bulas como mandamás, extendió la costumbre del café por toda la Costa este, que aún lleva tan clara la marca de Europa; también se bebía en el buque Mayflower, donde viajaron los primeros peregrinos británicos hacia América en 1620 llevando un mortero para moler el grano; y se hizo circular por los holandeses que manejaban el comercio de las remotas Indias Orientales y que eran los "dueños" de Nueva York, entonces todavía conocida como "Nueva Ámsterdam" (para 1668 apareció la primera referencia impresa al café en la isla de Manhattan, adonde se tostaban y molían los granos, se colaban en agua hervida y se endulzaban con azúcar y canela). Si la historia escrita por los hombres habla de los "padres", una mujer llamada Dorothy Jones fue la primera matrona en obtener una licencia para el expendio del grano en las colonias, en 1670, y en 1689 abrió finalmente sus puertas la cafetería London, ya desde el nombre en ligazón emocional con la capital del imperio y con la distinción de haber sido la primera librería con café en América, porque los registros de la época consignan que un bibliotecario llamado Benjamin Harris despachaba allí gruesos novelones y tazas de un líquido oscuro filtrado: los colonos de Boston a fines del siglo XVII eran ilustrados (no sería casual que por allí se terminaran emplazando las más notables universidades del mundo, como Harvard) y empezaban a imitar las costumbres de las metrópolis europeas. Para el desayuno, revolvían ingentes cantidades de huevos con panceta, pero reemplazaban cerveza por café.

Si es cierto que en la matriz estadounidense está el mesianismo, "esa curiosa convicción según la cual el norteamericano sería un pueblo elegido, nacido bajo el signo de lo Universal y designado por Dios para construir aquí, en esta tierra prometida a él una nación de una nueva especie, liberada de las corrupciones, miasmas y aberraciones de la vieja Europa", según el filósofo argelino-francés Bernard-Henri Lévy, ¿cuánto de esa arrogancia fundacional podría encontrar un motivo en el hecho de que el café, el vino del diablo bendecido por un papa, fue la primera bebida nacional y una cafetería, el lugar donde se bautizó una cierta idea de independencia? En la Boston de 1697 abrió la mítica confitería Green Dragon, a la que el estadista yanqui Daniel Webster llamó "el cuartel de la revolución": animados por una copiosa ingesta de cafeína, los hombres notables eternizaban las tertulias alrededor de sus mesas, donde se repartían "soldados británicos de uniforme rojo, gobernadores coloniales,

funcionarios reales de peluca, condes y duques, ciudadanos de alta condición, revolucionarios conspiradores de baja categoría, patriotas y generales de la revolución", según escribió William Ukers en su libro *All About Coffee*. Allí sesionaban en reuniones secretas los miembros de la Gran Logia Masónica y allí paraban los eméritos patriotas Paul Revere, James Otis o John Adams, y en sus 135 años de servicio, la Green Dragon no vivió momento más glorioso que aquel en el que el café se convirtió en un arma para la independencia de los ingleses.

Aunque uno podría pensar que la pomposa ceremonia del tecito inglés tiene mil años, en realidad empezó a popularizarse en el siglo XVIII, cuando la Corona británica advirtió que no poseía grandes plantaciones de café para alimentar la demanda de sus súbditos: los cafetos del Caribe abastecían a Francia; los de Brasil, a Portugal; los del sudeste asiático, a Holanda. El cálculo se hizo obvio: cada moneda que los ingleses gastaban en un café iba a engrosar las arcas de otros reinos rivales y por eso se decidieron a estimular el consumo de té (Inglaterra tampoco tenía grandes plantaciones de té pero sostenía un fluido comercio con China, desde donde importaban la hoja a cambio del opio que cosechaban en el norte de la India, en un pasamanos infame que terminaría con la Guerra del Opio). Desde ese momento, la política oficial británica fue: "Té para todos". Té en el desayuno, té en el almuerzo, té a las cinco de la tarde y té para calmar los nervios de un caballero atareado o de una dama atribulada. Y té en las colonias de América, donde la Compañía Británica de las Indias Orientales tenía el monopolio de la importación y la venta. Pero en 1765, ávido de recaudación, el rey Jorge III sancionó una nueva Ley de Sellos que gravaba con impuestos al té y otros productos. ¡Qué firmes son los sentimientos libertarios cuando se toca el bolsillo! En la convicción de pueblo elegido, exceptuado de los preceptos de una monarquía lejana, los revolucionarios norteamericanos reunidos en la cafetería Green Dragon se negaron a pagar por el té y fundaron el Boston Tea Party, un movimiento de rebelión consagrado en actas en 1773 y que, entre sus preceptos implícitos tres años antes de la independencia, promovía reemplazar el té por el café como una declaración inequívoca de autodeterminación y libertad. Sin resignarse a la pérdida de un mercado tan lucrativo, la Compañía Británica quiso mantener a la fuerza el hábito de la merienda y envió grandes remesas de té a los puertos de Boston, Nueva York, Filadelfia y Charleston, donde los rebeldes tomaron los barcos por asalto y tiraron las hojas por la borda, aguando el negocio millonario.

El café es constitutivo de la identidad yanqui: en aquella rebelión iniciática contra el mayor imperio del mundo, tomar té se consideró una traición a la patria y los vahos de la bebida renegrida convencieron a los colonos de su poderío como legítimos ocupantes de

la Tierra Prometida y de “esa otra certeza según la cual ese pueblo magnífico, esa nación indispensable, esa nueva Jerusalén, esa tercera Roma, ese Canaán de los tiempos modernos, habría recibido la orden de mostrar el camino al mundo y guiarlo así rumbo a la libertad”, según Lévy. Aquellos colonos no tardaron en advertir la conveniencia de que el café se cultivara en el Caribe y todavía más al sur de su propio continente, lugares que podrían controlar más fácilmente con los potentes argumentos de sus políticos o los convincentes fierros de sus ejércitos. A fines del siglo XVIII, el todavía púber Congreso estadounidense sancionó una ley contra el consumo de té y el Boston Tea Party se sacralizó como el útero del instinto de libertad, aunque más de doscientos años después haya servido de inspiración para otro grupúsculo homónimo, ultraconservador y religioso, que tiene entre sus luminarias máximas a Sarah Palin, la inefable ex Miss Simpatía, ex gobernadora de Alaska y ex candidata a vicepresidente por el partido republicano, inmortalizada en la parodia de la comediante Tina Fey con su jopo tieso, su pasión por el hockey y sus confusiones geográficas. El actual Tea Party se asume como ultranacionalista y adora aquella gesta de tirar las hojas inglesas de té al agua como la epifanía sacramental de un país llamado a ser “el faro del mundo libre”. Si es cierto que fue en otra cafetería, la Bunch of Grapes de Boston, donde se leyó por primera vez en público la Declaración de Independencia, el café está en la matriz de un imperio que ahora planta colonias de otro tipo en cada una de las 20.000 tiendas de Starbucks repartidas por el mundo y que, en las primeras exigencias de libertad, se tomó como la bebida del pueblo recién nacido, tal como el prócer John Adams le escribió a su mujer Abigail, en una de sus más férreas convicciones: “Se debe renunciar al té universalmente y yo debo abandonar la costumbre de tomarlo, cuanto antes mejor”.

B. LA CLASE OBRERA VA AL PARAÍSO CAFETERO

Charles Ingalls compra café verde. Con la simpleza del buenote, tolera los desplantes de la señora Oleson y se hace con un cuartito del placer sagrado para el pionero, el ingrediente para la infusión que despierta a la familia a cada canto de gallo y la reconforta en la pausa placentera que la distrae del propósito que ocupa sus días en este mundo: están para sufrir. En la pequeña casa de la pradera se toma café, como se tomaba a lo ancho de los Estados Unidos en el siglo XIX: los granjeros compraban los granos verdes en el almacén de ramos generales y los tostaban con el menaje de hierro de sus rudimentarias cocinas, la misma sartén de los huevos o la panceta. Había que revolver durante veinte minutos sobre el fogón de leña para esperar el crepitar de los granos verdes y, aunque los acomodados del pueblo pudieran jactarse de sus tostadores con manivelas o que funcionaban con vapor, invariablemente el café se quemaba de manera irregular y ahí donde todas las buenas Caroline Ingalls de la comarca lo hirvieran en agua con la aprobación de sus maridos, en secreto le agregaban huevos, piel de pescado, menudos de anguila o restos de bacalao. Y si la presencia de la indiada se insinuaba pero nunca se volvía una amenaza tan urgente como en las películas de John Wayne, para entonces los sioux ya habían descubierto el café, al que llamaban *kazuta zapa* (“medicina negra”): iniciados en la adicción, sus asaltos a las diligencias tenían como objetivo hacerse de provisiones de alcohol, tabaco, azúcar o café, pero en la inexperiencia del trueque llegaban a intercambiar con el hombre blanco una taza caliente por una piel de búfalo.

Después del boicot al tecito inglés, los estadounidenses se obsesionaron con el café: en 1830, el consumo anual por habitante era de 1,4 kilo; en 1850, de 2,5 kilos; y en 1859, de 3,6 kilos. Para 1876, un siglo después de las revueltas en la cafetería Green Dragon que sirvieron como prólogo para la independencia, los Estados Unidos importaban 150 millones de kilos al año, casi la tercera parte de lo que exportaban todos los países productores del mundo, y sus ciudadanos bebían seis veces más café que un europeo promedio. Compraban granos de Brasil, Java y Ceilán y, para entonces, la más cercana Costa Rica había empezado a exportar su preciada cosecha. La nación pujante animaba la conquista del Lejano Oeste y alumbraba un

nuevo tipo de hombre: el *coffea americano*, que tomó la causa cafetera como un emblema de la todavía precaria unión nacional más en lo simbólico que en lo hedonista, porque la bebida se hervía hasta quedar amarga, casi intomable, y había que agregarle toneladas de leche y azúcar para hacerla apenas digerible. Si una mística de la americanidad profunda celebra las costumbres sencillas del hombre del "Middle America", tan lejano de los esnobismos frívolos de Nueva York o Los Ángeles como de Marte y Saturno, en esta época se selló el hábito del café como recompensa diaria para el vecino de a pie. En Centroamérica, los conflictos políticos y la escasez de la mano de obra, derivada de la abolición de la esclavitud, hicieron que muchas plantaciones quedaran abandonadas y otras, reconvertidas para las más lucrativas cañas de azúcar. La calidad del café bajó y su precio como *commodity* descendió en todo el mundo; la bebida se hizo cada vez más popular entre los obreros, los mineros y los asalariados de cualquier oficio y pelaje, que podían acceder a una taza reconfortante por un puñado de centavos.

Pero la Guerra de Secesión hizo explotar la burbuja. El gobierno de la Unión, en el norte industrializado, impuso un impuesto de 4 centavos sobre los granos importados y bloqueó los puertos del sur rural y esclavista, para desmoralizar a los soldados de la Confederación en el hábito reconfortante. El ejército se convirtió en uno de los principales compradores de café, como sucedería más adelante en todas las grandes guerras. Cada soldado de la Unión recibía puntualmente una ración diaria de 10 décimas de libra de granos verdes (¡unos 16 kilos al año!), que tostaba y molía en el momento porque, en circunstancias extremas, el hombre se aferra a aquello, sea una taza de lata o una pelota de vóley, que sugiera una idea de hogar. En el libro *Hard Tack and Coffee: The Unwritten Story of Army Life* ("Tachuela dura y café: la historia no escrita de la vida en el ejército"), John D. Billings, veterano del batallón de artillería de Massachusetts, resumió el subidón anímico que esa ración de café generaba en las trincheras: "Las pequeñas fogatas, que pronto pasarían a ser centenares, aparecían a lo largo de colinas y llanuras, y como por arte de magia, varias hectáreas de tierra quedaban iluminadas gracias a ellas. Pronto se reunían a su alrededor los soldados, que invariablemente preparaban café; muchos de ellos, cansados de las fatigas del día, tomaban una cena de galletas y café, y se acurrucaban en sus mantas para pasar la noche. Si se ordenaba un avance nocturno, salvo que se intentara hacer por sorpresa, debía ir precedido por una taza de café. Había café en las comidas y durante las comidas; y los hombres que entraban o salían de guardia lo bebían a cualquier hora de la noche". La profilaxis del sofisticado ejército del norte incluía una caja de galletas donde estaba impresa una advertencia: se

les recomendaba a los soldados que hirvieran su café y que remojaran los alimentos en el líquido caliente para exterminar los gérmenes. Pero los soldados del sur, mal organizados y peor alimentados, tenían que preparar sucedáneos de la infusión con arroz tostado, semillas de algodón, centeno, maíz o la malquerida achicoria y el folclore bélico cuenta que, al sur de la línea divisoria, se había convertido en un bien tan cotizado que un joyero de Atlanta engarzaba collares con granos de café ahí donde deberían haberse lucido los diamantes.

Con la bandera blanca levantada en 1865, los Estados Unidos ingresaron en la carrera del capitalismo y la industrialización más desbocada de la historia y los ferrocarriles, el telégrafo o el barco de vapor modernizaron una sociedad que hasta entonces era palurda, rural o salvaje más que nada. De esos años de incuestionable fe en el progreso surgieron las primeras marcas comerciales y perdurables de café, como la Ariosa (el improbable acrónimo entre la "A" del apellido de sus fundadores, los hermanos Arbuckle, el "rio" del café que compraban desde Río de Janeiro, y la "sa", de Sud América), la Hills Brothers, de los tres hijos de un tal Austin Hills que cambiaron la fabricación de barcos por el envasado de café, o la Chase & Sanborn, la lucrativa sociedad entre un señor Chase, Caleb, y un señor Sanborn, James, que a diferencia de sus competidores importaba los granos desde Java y cuya capacidad inventiva regaló al mundo un legado vigente hasta hoy: ellos fueron los primeros en empaquetar los granos en latas con un sellado hermético, en un loable esfuerzo por evitar que el café se arruinara por el oxígeno o la humedad, dos de sus más letales enemigos (y acá la sintética respuesta para aquel que pregunta si el café se debe guardar en la heladera: jamás). Si la rareza del tópico que elegí para mi especialidad como periodista hace que en cada reunión social se me repita la consulta ("¿qué es un sommelier de café?"), debo confesar que pude ser excéntrico pero no original: la hemeroteca marca el año 1878 como el que alumbró al primer periodista especializado en café, el pionero Jabez Burns. En su periódico *The Spice Mill* ("El molinillo de especias"), divagaba sobre las infusiones, consentía las preparaciones con achicoria, compartía sus recetas y dotaba al rutinario ejercicio de la torrefacción con una curiosa forma de poesía: "Café, te desarrollás y, por aptitud y juicio, de gusano te convertís en mariposa".

Los sombreros de paja, las plantaciones de algodón y las tardes regaladas al devaneo en la orilla del río Mississippi: los íconos de los Estados Unidos en el siglo XIX se acompañaban con tazones oscuros y con la certeza de que el mundo terminaba en esas costas y de que cualquier cosa a la que llamaran "café" solo podría ser buena si era parecida a lo que tomaban ellos. "Para que resulte bueno, debe ser tostado inmediatamente antes de prepararlo, y no preparar más

cantidad de la que se vaya a tomar en ese momento”, escribió en 1837 la célebre Eliza Leslie, la doña Petrona gringa del siglo XIX, autora de los más populares libros de cocina e instructora de las elementales reglas de etiqueta que cualquier señorita de Ohio o Filadelfia debía dominar en la mesa para conseguir un novio trabajador. “Hacia la segunda mitad del siglo XIX, en los Estados Unidos se consumía más café que en ningún otro país del mundo y en la mente de muchos de sus habitantes se había llegado a identificar la bebida, antes bien que con la acartonada y decadente sociedad estratificada en clases de Europa, con su precursor, vigoroso y democrático país”, escribieron los historiadores Bennett Alan Weinberg y Bonnie K. Bealer. Siglos después de su descubrimiento mítico en Etiopía, popularizado por los árabes, reverenciado en Europa y multiplicado en miles de hectáreas de tierra por todo el Caribe, el café finalmente fue, antes que cualquier otra cosa: norteamericano.

“El café es una bebida desconocida en Europa. Se puede obtener lo que el posadero europeo cree que es café, pero se parece al verdadero café tanto como la hipocresía se parece a la santidad. Es una especie de cosa débil, falta de carácter y poco estimulante y casi tan imbebible como si hubiese sido hecha en un hotel estadounidense”, comparó el genial Mark Twain en *Un vagabundo en el extranjero*, el libro donde compiló las andanzas de su madurez por Europa: “Después de unos cuantos meses de relación con el ‘café’ europeo, la mente de uno se debilita, y su fe con ella, y uno empieza a preguntarse si la deliciosa bebida de casa, con su espesa capa de crema amarilla encima, no es un mero sueño después de todo y algo que nunca existió”. En el afán por el movimiento continuo entendido como progreso que quita el sueño a los yanquis (no es casual que Twain, un eterno culo inquieto, fuera famoso por las urgencias que lo llevaron a decir “todo lo que sé o siento es que me desespera la impaciencia por… ¡moverme, moverme, moverme!”), el café encontró en los Estados Unidos ya no la posibilidad botánica de reproducirse, por las exigencias de un clima subtropical del que ni Miami goza, sino la plataforma para ser un ícono del Nuevo Mundo o, en la conclusión de Weinberg y Bealer: “En cuanto capital emergente de la industria y el mercado, y como símbolo de la revolución y la mezcla de los pueblos, los Estados Unidos eran el país más capacitado para asumir la dirección de la saga de la cafeína en el siglo XX”.

C. WASHINGTON DECLARA LA GUERRA INSTANTÁNEA

El prócer de esta historia se llama George Washington. Pero no el George Washington con dientes de madera que cruzó venturoso el río Delaware, se convirtió en padre de una nación y regaló su digna estampa para decorar los billetes de un dólar. Otro. Un tal George Washington que era belga pero vivía en Guatemala y que, según repetía para deleite de las damas de sociedad que escuchaban arrobadas sus floridas historias, era pariente más o menos directo de aquel primer presidente estadounidense. En 1906, este George Washington alumbró la idea de disecar café ya preparado para refinar una fórmula instantánea que solo exigiera agua caliente y poco más (en realidad, una arqueología del café instantáneo encuentra otros padres no reconocidos para la ideota: se cuenta que, en pleno síndrome de abstinencia provocado por la Guerra Civil estadounidense, los hábiles soldados del norte habían adaptado precarios molinillos en las culatas de sus fusiles para tener una infusión caliente en el helado frente de batalla. Y en 1901, un químico japonés llamado Satori Kato exhibió una fórmula de café soluble en la Exposición Panamericana, con el ambicioso objetivo de conseguir inversores). Este George Washington era un Edison de la vida cotidiana, dueño de dos docenas de patentes de los más estrafalarios inventos industriales, irreductible entusiasta de los aparatos aplicados a la comida procesada y un genio comercial con talento para crear marcas perdurables.

Érase una vez en América: para 1910, nuestro George Washington se había mudado a Nueva York y, en la venturosa bonanza de una ciudad que crecía a velocidad supersónica, fundó la G. Washington Coffee Company, que inundó las calles con una marca novedosa: el Red E Coffee, en un inspirado juego de palabras que combinaba una letra “E” de color rojo (la “red E”) y la cacofonía con la palabra *ready* (“listo”). Aun sin el sabor, el aroma o el cuerpo de una infusión recién preparada, el *cafelisto* se parecía bastante al original y ofrecía el rápido sosiego de una bebida caliente y la inyección de cafeína que necesitaba el trabajador apurado. Nueva York se asumía

tempranamente como el motor económico del mundo y los empleados abandonaban la placidez bucólica de un desayuno demorado para entregarse al frenesí de una vida laboral entendida como “carrera”. Si la marca fue pionera en la interpretación de una obsesión estadounidense (el ahorro de tiempo y la velocidad como síntoma de movimiento), el *cafelisto* solo se consumía entre los solteros que padecían las estrecheces de una cocina sin comodidades o entre las familias que salían de campamento. Hasta que estalló la guerra.

Si es cierto que “el siglo XX conoció una fugaz edad de oro, en el camino de una a otra crisis, hacia un futuro desconocido y problemático, pero no inevitablemente apocalíptico”, según escribió Eric Hobsbawm en su *Historia del siglo XX*, el 28 de julio de 1914, cuando el Imperio austrohúngaro le declaró la guerra a Serbia, parecieron evaporarse aquellos tempranos sueños de progreso y paz universal. Era la primera guerra “globalizada” donde participaron todas las grandes potencias: “La guerra total era la empresa de mayor envergadura que había conocido el hombre hasta el momento y debía ser organizada y gestionada con todo cuidado”, dice Hobsbawm. Una maquinaria fabulosa se puso en marcha y todos los esfuerzos de manufactura se dispusieron para producir armas, ropa, comida… y café. A principios de 1918, el ejército de los Estados Unidos, ya bien rumbeado como aplastante vencedor, le compró toda la producción de café instantáneo al astuto George Washington, que hasta entonces mantenía una fe inoxidable en su producto pero desconfiaba de la fidelidad de compra del consumidor promedio. “Soy muy feliz a pesar de las ratas, la lluvia, el barro, las corrientes de aire, el rugido de los cañones y el estallido de las bombas”, escribió desde las trincheras un soldado desconocido en 1918: “Me lleva solo un minuto encender mi pequeño calentador y preparar un poco de café George Washington. Todas las noches ofrezco una oración especial por la salud y el bienestar del señor Washington”. Siempre hábil para los negocios, el homónimo del prócer compró horas de publicidad en las tandas de los programas de radio más populares, donde machacó con un eslogan que resumía picardía comercial y fervor patriótico: “El café refinado George Washington se fue a la guerra”.

Como en toda tragedia, hay muchos perdedores y unos pocos ganadores. George Washington, el belga criado en Guatemala, fue uno de ellos. Pronto pudo comprarse no una sino dos mansiones para vivir con su esposa, sus tres hijos, su hermana, su legión de mucamos y su zoológico particular, sus propios palacios en Brooklyn y en Suffolk County, que terminó vendiendo en 1927 por más de un millón de dólares, una fortuna astronómica entonces, y se convirtió en un prócer entre los soldados, que confundían su negocio con un aporte desinteresado: “Hay un caballero al que iré a buscar apenas termine

de dar su merecido al káiser y ese caballero es George Washington, de Brooklyn, el amigo de los soldados", escribió a mano firme un combatiente. En las trincheras, a veces lo tomaban frío, ya no por el sabor (era apenas agua colada) sino por la adicción provocada por el estímulo de la cafeína, y en honor al hombre que les regalaba la ilusión de un instante hogareño en el frente de batalla, entre los soldados se puso de moda ya no hablar de una taza de café, sino: "Una taza de George".

Cada combatiente recibía una ración de 7 gramos de café instantáneo por día, mientras un tal E. F. Holbrook, un gris funcionario que se encargaba de las compras de provisiones del Departamento de Guerra por aquellos años, empezaba a difundir la idea de que el café era un antídoto efectivo contra los atroces efectos del gas mostaza, una de las armas letales utilizadas por los alemanes, siempre destacados en el ejercicio de la química. Para octubre de 1918, ya casi en el final de la guerra, el ejército de los Estados Unidos compraba 17.000 kilos de café instantáneo por día, más de 510 toneladas por mes, lo que superaba en seis veces la capacidad de producción de todo el país (para el final de la guerra, las fuerzas yanquis habían consumido 34 millones de kilos de café, alumbrando a una nueva generación de veteranos adictos a la bebida). Un mes después se firmó la paz y con el armisticio llegó la ruina para otros precoces tostadores de café que intentaron crear sus propias marcas para responder a la demanda. En 1919, George Washington volvió a ocupar páginas de publicidad en los diarios y las revistas, como *Vanity Fair* o el *New York Tribune*, con la grotesca caricatura de una lata de café coronada con un casco militar que, mientras hace la venia y se cuadra en pose marcial, celebra: "¡Fuimos a la guerra! De vuelta en casa".

La fórmula del café instantáneo (por entonces, se lo llamaba "café ya preparado") no era justa con las nobles virtudes de la bebida y, de regreso a la rutina cotidiana, los consumidores volvieron a tomarla como una infusión de emergencia. Si es cierto que, entre 1914 y 1945 solo hubo una gigantesca guerra, acaso la más grande y brutal de la historia, interrumpida por unos años de paz y una feroz depresión económica, haría falta que los soldados volvieran al frente de batalla para darle otra oportunidad al café instantáneo. A principios de la infame década del '30, Brasil ya era el principal productor mundial de café pero desbordaba de granos sin vender por el colapso económico internacional. Si un mito fundacional peronista repite que, en algunos años dorados, los pasillos del Banco Central argentino rebosaban de oro, por entonces las bóvedas de San Pablo estaban inundadas de oro negro: no petróleo, café. Después de la caída de Wall Street y el derrumbe de la cotización en la Bolsa, la Banque Française et Italienne

pour l’Amérique du Sud tenía toneladas de café inútil en sus almacenes brasileños. Y así le encargó a la empresa suiza Nestlé un proyecto para convertir esa materia prima en “cubitos de café soluble” que se disolvieran en agua caliente sin perder el aroma del grano recién tostado.

El inspirado Max Morgenthaler (se dijo que los alemanes son virtuosos en química, pero este además tenía el espíritu alunado de un científico loco) se encerró tres años en un laboratorio hasta dar con su particular “¡eureka!”: ahí donde George Washington apenas disecaba hectolitros de café ya preparado en rancios tambores industriales, Morgenthaler pulverizó el café en torres hirvientes, donde las gotas se convertían en polvo casi en el acto, y descubrió que el secreto para conservar el aroma y el sabor de la bebida radicaba en crear unos “cristales” de café que contuvieran suficientes carbohidratos, como dextrina, dextrosa y maltosa. Después de ocho años de intentos, en 1938 se lanzó en Suiza la marca Nescafé, que se exportó a Inglaterra dos meses más tarde y que en 1939 aterrizó en los Estados Unidos. Para abril de 1940, ya se bebía en treinta países y casi se había convertido en un genérico, como “curita” para los apósitos adhesivos o “gillette” para las maquinitas de afeitar, una promesa de gratificación instantánea con una cucharada y un poco de agua caliente.

En frascos de vidrio con tapa a rosca, el café soluble se convirtió en una solución para los tiempos que corrían. Y cuando estalló la Segunda Guerra Mundial, un mito del eterno retorno hizo que la historia volviera a escribirse: tanto los países Aliados como los del Eje agotaron todas las reservas de café instantáneo que había en el mundo, en la búsqueda de llevar una provisión estimulante hasta la primera línea de combate. Entregada a la reseña de la gesta bélica, la revista *Scientific American* publicó en 1943: “Los soldados informan que el café es de preparación sencilla. Donde no hay un fuego disponible, el polvo se puede mezclar con agua fría”. Lejos del calor del hogar, los militares otra vez hacían casi cualquier cosa por recibir el consuelo de una bebida caliente, estimulando el tráfico de cigarrillos o de licores a cambio de los paquetitos de papel aluminio que el Ejército estadounidense entregaba como ración diaria. Los marines competían entre ellos y ponían como trofeo su virilidad cafetera, según se jactaba un teniente en la prensa: “Muchos de ellos toman cinco tazas metálicas de café en una sola comida, o el equivalente de veinte tazas comunes, como si nada”.

Con su proverbial neutralidad suiza, Nescafé se convirtió en el líder mundial del instantáneo al vender sus frascos entre los yanquis y los alemanes. Y si a fines de 1945 ya se predecía el éxito total del café soluble como anticipo de un planeta obsesionado con la rapidez y la

tecnología, “un mundo de botones, objetos cromados y artilugios”, al decir de un cronista de la época, no hubo nada como la guerra para construir el más fabuloso negocio cafetero del siglo XX. Ahí donde un tal George Washington, con ambiciones de prócer, se haya jactado de haberle dado un nombre propio a la bebida, para 1945 el café se había convertido en una obsesión para el soldado anónimo, entonces y ahora identificado con el común nombre de Joe: aun sin apellido ni honores, acaso un bastardo sin gloria, rebautizó un pocillo de su bebida favorita como “una taza de Joe”.

D. SIEMPRE HABRÁ VASOS DE PAPEL VACÍOS

"*We are happy to serve you*". El saludo servicial impreso en un vaso de papel anima la duda en el cliente inseguro porque contradice la brusquedad de una camarera con mala cara o el apuro de un cafetero callejero que, en el despacho veloz de la bebida, hace rendir el negocio, en tanto la celeridad del consumo anime la rotación veloz de clientes: ¿están felices de servirme? Es el lema que se reproduce en miles, millones, ¡decenas de millones!, de vasos de papel por todos los Estados Unidos, vasos descartables que combinan los colores azul, blanco y dorado, que aparecen en todas las películas o las series yanquis donde se tome café, que se convirtieron en una imagen icónica de la americanidad al punto de que el diario *The New York Times*, en el obituario de la muerte de su creador, los definió como "un emblema tan vívido como la Estatua de la Libertad": si es cierto que el vaso descartable es la más perdurable pieza efímera de Nueva York, en la síntesis de su diseño y en la brevedad de su vida útil resume dos condiciones del *american way of life*: precisión y fugacidad. "Estamos felices de servirle", se imprime sobre la superficie cilíndrica de los vasos entre dos guardas de inspiración griega y con la tipografía que imita los caracteres del alfabeto cirílico, solo para recordarle al bebedor que, en el fondo de cualquier vaso de café, se encuentra una cierta idea de la felicidad.

Mientras la calidad de la porcelana de la vajilla de los cafetines europeos era una prueba más de realeza y prestigio, en tanto la ceremonia del café exigiera un tiempo dedicado a la degustación y el parloteo, en los Estados Unidos se inventaba el vaso descartable que consagraba el espíritu sintético de una nación apurada y práctica: "Úselo y tírelo". En 1907, un voluntarioso abogado de Boston llamado Lawrence Luellen había creado el vaso de papel moderno, tal vez inspirado en los *chih pei* de la antigua China imperial, donde el papel nació en el siglo II antes de Cristo y esos vasitos descartables se decoraban con una grafía exquisita y se usaban para tomar el té en las ceremonias menos exigidas de formalidad. Pero en la Costa este norteamericana a principios del siglo XX, el higienismo demandaba condiciones de asepsia y salubridad como control de las enfermedades y nueva forma de "rentabilidad", según la definición del historiador

sanitarista Georges Vigarello: “Un principio de ‘rentabilidad’ para reorientar los valores otorgados a la comida, a las bebidas, al aire respirado en el trabajo y en el descanso, a la limpieza de un cuerpo que necesita dejar penetrar el oxígeno por la piel”. Una nación pujante necesita ciudadanos sanos y fuertes que puedan producir. Preocupado por la transmisión de gérmenes a través del uso común de los vasos de vidrio en los bebederos públicos, en una noche de insomnio creativo, Luellen desguazó una resma para armar un vaso descartable con dos hojas de papel blanco. ¿El espíritu emprendedor es lo que hizo grande a los Estados Unidos? El folclore yanqui se narra a través de las historias modélicas de hombres comunes convertidos en magnates gracias a la originalidad de una idea y la perseverancia en hacer de ella un negocio fabuloso y, entre todos ellos, se cuenta Luellen, que se asoció con la corporación American Water Supply Company para vender vasitos descartables por un centavo, sobre todo en los trenes: si es cierto que la consecuencia de la Guerra de Secesión que terminó en 1865 fue la explosión industrial norteamericana, en las décadas siguientes el hombre común necesitó más tiempo a bordo de un medio de transporte para llegar al trabajo y, ya montado en el vagón, el café en vasos de papel combatía el sopor que provoca el ronroneo de cualquier tren y lo mantenía despierto para poner sellos en una oficina de correos o para no perder un brazo en la operación de una máquina pesada.

¡Y las esposas! ¡Y las madres! Alertadas por la prensa de los males fatales que se escondían en los gérmenes y creaban el peligro más terrible (aquel que anida en el misterio de lo invisible), celebraron la salida al mercado de la Health Kup (la “taza de la salud”, escrita así, con “k”) de Luellen, veinte años antes del descubrimiento de la penicilina: acaso obsequiados con un ventajoso arreglo comercial, como los doctores de la televisión vespertina que recomiendan tónicos y pomaditas, los médicos de entonces promovieron en las revistas para el hogar aquel vaso de papel como “la última tecnología para beber sin arriesgar la vida”. En los trenes, en las fábricas y en las oficinas, hordas de trabajadores se entregaban al cotorreo de los ratos libres en la Era Dorada del Papel, acompañados por un vaso de café y la lectura de los diarios, las publicaciones modernas, como *Vanity Fair*, que apareció en 1913, o los *best sellers* que recuperaban el espíritu folletinesco de Dickens pero con temáticas de actualidad, como *The Corner in the Coffee* (“La esquina en el café”), el novelón escrito por Cyrus Townsend Brady que ubicaba una historia de amor, celos y traición en el codicioso mundo de la Bolsa comercial del café. En el prólogo, la amarga advertencia del autor: “Reuní tanta información sobre las especulaciones que se hacen con el café que tomé la solemne decisión de no tener nada que ver con él, salvo para beberlo”.

Siempre tónica y enérgica, la sociedad estadounidense se había definitivamente cafeinizado. Todo estaba a punto de hervor para la creación de un "tótem de la cultura pop", como definió *The New York Times* al vaso de papel, cuando el joven Laszlo Büch pudo huir de la ciudad de Khust (entonces en Checoslovaquia; hoy, en Ucrania) y llegó a la isla Ellis, donde el papeleo migratorio lo rebautizó con el más americano Leslie Buck. Sobreviviente de los campos de concentración de Auschwitz y Buchenwald en la Segunda Guerra Mundial, tenía veintipocos años cuando pisó América y era huérfano, porque sus padres habían muerto a manos de los nazis. Ya en Nueva York, con su hermano Eugene estableció un modesto negocio de importaciones, después fundó Premier Cup, una fábrica de vasos de papel inspirados en el invento de Lawrence Luellen, y más tarde se empleó como gerente de marketing y ventas en Sherri Cup, por entonces una pequeña papelera. Muy hábil para los negocios, Buck pronto advirtió dos cosas: que el anodino vaso blanco era más apropiado en su asepsia para el consultorio de un dentista que para una cafetería y que la mayoría de las cafeterías neoyorquinas eran manejadas por inmigrantes griegos. En una tarde del año 1963, desarrolló la versión 2.0 del invento de Luellen: un vaso de papel que, con sus colores azul y blanco, con sus letras doradas, con sus ribetes helénicos, con la guarda que replicaba el remate de los tres tipos de columnas que todos estudiamos en el colegio (dórico, jónico y corintio), recordara el arte clásico griego y conmoviera a los dueños de los bares en la nostalgia por el terruño lejano. Más intuitivo que virtuoso, él mismo se encargó del diseño y, con el trazo apenas trémulo del que no está entrenado en el dibujo, garabateó tres tazas también doradas, de las que emergen tres columnas de vapor, y que concluyen en el lema amable dispuesto en dos líneas:

We Are Happy
To Serve You.

El éxito fue instantáneo. En ese "estamos felices de servirle" se resumía la voluntad de progreso de una nueva generación de inmigrantes que buscaban hacerse la América no con fines de despojo o avivada: habían llegado para quedarse y para contribuir a la construcción de una potencia. El vaso fue bautizado con el nombre "Anthora" en tributo a la errática pronunciación de los europeos orientales de la palabra griega "ánfora" y se vendió hasta el cansancio (en 1994, Sherri Cup produjo 500 millones de vasos y en 2005, la Solo

Cup Company, que había absorbido a Sherri, todavía vendía 200 millones por año). También fue copiado por papeleras de todo el mundo, que distribuyeron sus propias versiones. Y aunque el buen señor Buck nunca cobró regalías por su creación, las comisiones por las ventas no tardaron en convertirlo en un saludable millonario con una casona en Long Island y un condominio en la soleada playa de Delray Beach, Florida. En Nueva York, y pronto en otras ciudades muy cafeteras, como Seattle, Chicago o San Francisco, el vaso Anthora se convirtió en el sinónimo de tomar café, con hordas de transeúntes apurados bebiendo de parados o en camino a las oficinas, en discusión con el hábito europeo o porteño de eternizar una taza sentados frente a la mesa de un bar.

El buen señor Buck murió en abril de 2010 y mereció un extenso obituario en el diario más influyente del mundo y minutos de homenaje en las tertulias televisivas, y pudo ver cómo su invento formó parte de la colección de objetos de los museos modernos, aunque los fundamentalistas del buen beber despotriquen contra el cartón como reemplazo de la taza cónica de porcelana, con el fondo curvo para que la crema se extienda bien y no pierda nada de la textura, la espesura y el color, y siempre de blanco para que el ojo del buen catador pueda apreciar los tonos de la espuma y la bebida. El diseño retro-helénico del vaso Anthora ya no se ve tanto por las calles citadinas como en lo más próspero del siglo XX, pero todavía sobrevive en restaurantes ruteros, delis o carritos de café, aunque su influencia más notable perdura en el imperio de lo descartable.

E. CUENTOS DE NAVIDAD, TODOS LOS DÍAS

"Nuestra opinión con respecto al valor de las cosas, sea buena o mala, depende de los sentimientos que esas cosas despiertan en nosotros": si un par de escarpines recién tejidos nos animan a tomar el vino de todos los días o el sabor del encuentro en una playa de enero nos hace anhelar una cerveza, en la definición del filósofo William James radica el abecé de la psicología aplicada a la publicidad. La frase del padre de la "psicología funcional", y hermano mayor de Henry James, era la muletilla favorita de Stanley Resor, el primer publicitario egresado de una universidad de prestigio como Yale y el líder pionero de una agencia global que perdura hasta estos días, J. Walter Thompson (JWT). En 1912, Resor y Helen Lansdowne, su redactora principal, se mudaron de Cincinnati a Manhattan en la que pudo haber sido la precuela parabólica de un capítulo de la serie *Mad Men* donde Don Draper y Peggy Olson consiguen la cuenta de sus vidas: la marca de café Ariosa, que tras la muerte de uno de sus hermanos fundadores, John Arbuckle, había perdido la mística capaz de convencer a los bebedores de que compraran ese paquete y no otro. Ya en aquella era precámbrica de la publicidad como industria y creadora de sentido, JWT se destacaba por el enfoque "científico" de sus campañas, para las que usaban investigaciones de mercado, *focus groups*, encuestas cualitativas y nociones psicológicas. Si en la antigua Arabia y en su llegada a Europa el café estaba rodeado por el halo de lo diabólico o lo divino, y en los años siguientes, por la superchería de su embrujo sobre el ánimo o el intelecto, por primera vez en la historia, la infusión se promovía con argumentos semiológicos que apelaban a las emociones.

A principios del siglo XX, el café Ariosa, que se envasaba en paquetes marroncitos de papel de una libra desde la Guerra de Secesión, se percibía como una antigüedad propia de la era rural que la Norteamérica urbana entendía como obsoleta y atrasada. Con la máxima "divide y reinarás" aplicada a la lógica del consumo masivo, y siempre convencido de que vender no se limita a exhibir los productos en una góndola a la caza de un comprador, como una señorita ociosa espera en un baile al candidato que la saque de la soltería, Resor propuso crear una nueva marca de café especial, basada en el raro

blend que el viejo Arbuckle mezclaba en persona y obsequiaba a sus conocidos como regalo de Navidad. Fue el primer café *premium*, décadas antes de que Nespresso, con el valioso aporte del actor George Clooney y de sus boutiques que imitan el diseño arquitectónico de una joyería, nos convenciera de que la alacena también puede albergar un artículo de lujo. En su búsqueda de un nombre comercial, Resor descartó los aspiracionales Guest Coffee o Gift Coffee que, aunque efectivos en la idea de que el café podría ser un pequeño obsequio especial que uno se hiciera a sí mismo en algún momento del día, eran demasiado vagos. Y aunque nadie sepa dónde encontró la inspiración para la marca Yuban, esa reminiscencia festiva (que, para muchos, viene de "Yuletide Banquet", o "banquete navideño") recreaba en los consumidores la feliz ilusión infantil de la llegada de Papá Noel cada vez que se abría una lata de café.

Con su afán de fasto cotidiano, el café Yuban no podía repartirse en aquellos precarios paquetitos de papel, por lo que gran parte del esfuerzo comercial de la agencia JWT fue convencer a la empresa Arbuckle Brothers de la importancia de un *packaging* moderno que fuera distinguido y memorable. Y si todavía hoy Yuban sigue siendo una marca importante (ahora como parte del portfolio de la multinacional alimenticia Kraft Foods, y aunque no sugiera lujo sino más bien café para todos los días), parte del éxito se debe a la lata hermética que se presentó como gran novedad en el mercado estadounidense en la década del '10. Desde la "psicología publicitaria", una noción de que los valores de una familia (honradez y perdurabilidad) se mantienen inalterables como el café molido que se guarda en una lata y una apelación a la madre como custodia de esos valores: en palabras de Resor, "el envase hermético, que debe ser abierto por primera vez por la mujer, ayuda a crear la idea de que el café que se encuentra en su interior permanece absolutamente intacto y fresco". En realidad, la verdadera autora de esta mitología cafetera fue Helen Lansdowne, que se terminó casando con Resor en 1917 y que, como Draper y Olson, o los sexólogos William Masters y Virginia Johnson, aportó sustento conceptual a las conductas de lo cotidiano, en tanto su vínculo con el hombre funcionara como una sociedad más creativa que romántica: "Yo aportaba el punto de vista femenino", explicó Lansdowne: "Miraba cada aviso para cuidar que la idea, el texto y las imágenes fueran efectivos para las mujeres".

En su imitación de la vida, el capitalismo publicitario convirtió el café en una garantía de la cohesión hogareña, cada vez que la familia nuclear americana (papá-mamá-nene-nena) se reunieran alrededor de la mesa del desayuno para compartir un ritual inmutable: todos los días lo mismo, pero con la alegría y la esperanza extraordinarias de la Navidad. Si la publicidad vincula al consumidor en una especie de

modus vivendi de la sustancia, lo vuelve cómplice de un logro y ya no solamente beneficiario de un resultado, según una definición de Roland Barthes, el café americano entonces no fue una causa nacional sino una fianza de lo íntimo. El Día de Acción de Gracias de 1913, acaso la única celebración en que la reunión familiar se impone como inalterable, doce diarios de Nueva York, Nueva Jersey y Connecticut publicaron el primer aviso de Yuban a doble página en formato sábana. Con el lema sugerente ("el café que toman en privado los grandes comerciantes de café"), la campaña de JWT hacía alusión a un placer iniciático que había sido para los pocos amigos de Arbuckle y que se ponía a disposición del gran público desde el 1º de diciembre siguiente. Ese día, y todos los que siguieron, las ventas fueron galácticas: en apenas diez semanas, Yuban vendía más que cualquier otra marca de café de Nueva York; en seis meses, las paradas del tranvía y los carteles de la calle estaban tapizados con avisos que transmitían una atmósfera de sobrio refinamiento familiar; en un año, un aviso a página completa anunciaba que 5.000 proveedurías neoyorquinas tenían aquella marca de café como su favorita.

Aunque en 1921 el vínculo entre Arbuckle Brothers y JWT se terminó rompiendo después de que la empresa no aceptara la propuesta de la agencia de lanzar una campaña publicitaria a nivel nacional, lo cual hizo que Yuban perdiera de ganar una cuota de mercado muy importante, nadie podrá quitarles el mérito de haber dotado al café de un argumento emocional doméstico que hasta entonces no había tenido. Sigilosamente seducidas por los ardides del marketing, las familias abrazaron la causa cafetera como primer y último bastión de unidad, y encontraron en los almaceneros unos cómplices para la permanencia del ritual cada vez que aceptaron el pago fiado o cuando empezaron a fraccionar las latas de 35 centavos la libra en paquetitos de 10 centavos: en el prólogo de la Gran Depresión, una moneda era lo máximo que podían pagar algunos padres de familia, resignados a la suspensión de cualquier rutina que en la miseria pudiera considerarse un lujo, menos el café.

F. UN LUJO DE 5 CENTAVOS

"Cuando existe una bebida como esta/ no echamos de menos el licor/ repetimos todas sus virtudes/ ¡café, café, la bebida del primor!": en la escasez, no sabe de lealtades el converso. La rima se repetía entre los borrachines reconvertidos en abstemios por fuerza mayor y entre los tostadores de café de la década del '20, en réplica al *lobby* feroz del senador Andrew Volstead para sancionar la Ley Seca a partir de la medianoche de aquel 31 de diciembre de 1919. Los capos del café estaban convencidos de que las cafeterías reemplazarían a las tabernas como ámbitos de interacción social y pregonaban que la infusión sería la libación sobria que sucediera al licor: "Si no se puede tomar vino, ¡que se tome vino árabe!". Con una sociedad industrializada y volcada hacia las exigencias de la vida productiva, el café se volvía una bebida socialmente aceptada y solo era consideraba demoníaca por los más fanáticos defensores de la salud sin máculas, aunque las viejas premoniciones de C. W. Post ("¡el café es el mal!") ya se entendían más como superchería que como ciencia: en la década del '20, las ventas del Postum se hicieron casi invisibles hasta que un joven ejecutivo de la marca eliminó el antiguo y críptico eslogan "hay una razón". Nunca nadie supo cuál fue, pero el Postum empezó a venderse como suplemento nutritivo y ya no como un reemplazo del café. En épocas de sequía etílica, las cafeterías se multiplicaron en las ciudades y en las rutas norteamericanas, y convirtieron a los Estados Unidos en la superpotencia cafetera del mundo moderno al comprar la mitad de todo el café que se producía en el planeta; cada habitante ya consumía 6 kilos por año. Y mientras el diario *The New York Times* se alarmaba en 1923 por las consecuencias de una "Nueva York borracha de café", el *Boston Transcript* del mismo año razonaba con un lamento: "En un mundo triste, y especialmente en un país como el nuestro, reciente y constitucionalmente privado de vino, la función del café para dar sereno deleite es muy importante".

En esos años nació el almuerzo tal como lo conocemos: la palabra anglo *lunch* deriva de la muy española "lonja" (según la Real Academia, "cosa larga, ancha y poco gruesa, que se corta o separa de otra, como 'lonja de tocino'"), en 1755 apareció por primera vez en el mítico diccionario inglés de Samuel Johnson, pero no fue hasta el

siglo XX que se convirtió en una norma social, protegida incluso por los estatutos laborales. Bajo las presiones de la industrialización, y con Nueva York asumida tempranamente como "la capital del mundo", el *lunch* urbano se popularizó en las calles de Manhattan: ahí donde la tradición rural convertía la cena en la comida más importante del día (todo un ritual elaborado, aun en la torridez de la media tarde), el almuerzo fue una necesidad práctica de los empleados expatriados de sus casas en los suburbios y volcados en masa sobre la gran ciudad. Los horarios de las comidas se codificaron y cuando la ciudad se expandió y aquellos que trabajaban en el centro ya no pudieron volver a sus hogares durante el mediodía, nació la hora del almuerzo ("de las tres comidas que marcan el día, el almuerzo es la única que adquirió su identidad moderna aquí, en las calles de Nueva York", celebró la muestra *Lunch Hour*, una exhibición de la Biblioteca Pública de la Quinta Avenida montada en 2012 para conmemorar el centenario del almuerzo como hábito). Hace cien años, las comidas ligeras del *lunch* en los barcitos del centro se redujeron a un *snack* y un café de filtro, para volver pronto al trabajo en plena veda etílica. Y en las fábricas empezaron a ofrecer café de máquina en los pasillos como incentivo laboral para los obreros. Y en las rutas, el boom del automóvil llenó los paradores de conductores responsables que encontraban en el café un tónico energizante.

Si el índice Big Mac se propuso como un indicador del costo de vida entre los países, en Nueva York el presupuesto para un almuerzo rápido está tabulado desde aquellos años: un viaje en subte y una porción de pizza deben costar lo mismo. Es ley (no escrita, pero se conoce como The Pizza Principle, "el principio de la pizza"). Para el trabajador alienado, precio y velocidad: la parte más importante de la pausa del almuerzo no es el alimento sino cuánto cuesta y cuánto se tarda en digerir. La insana obsesión por el tiempo, la velocidad y la eficiencia encontró en el café una bebida perfecta y en el Automat, el invento que resumía la potencia tecnológica y el estilo de vida frenético del ser americano. Escenario habitual de las comedias dulces de Doris Day o de las novelas agrias de John Cheever, donde el hombre suburbano come solo frente a una bandeja de plástico despersonalizada mientras la esposa cuida de los hijos y la casa, el Automat era una gigantesca máquina expendedora de comidas rápidas, bebidas frías y café caliente que se extendía a lo largo de toda una pared en locales montados para tal fin. "Era un verdadero restaurante de dibujos animados", escribió la cantante Patti Smith en su conmovedora autobiografía *Éramos unos niños*, que cuenta sus días iniciáticos como una pueblerina llamada a ser artista en las calles de Chelsea o el Greenwich Village: "La rutina consistía en agarrar un lugar y una bandeja e ir hasta la pared del fondo, donde había una

serie de ventanillas. Insertabas unas cuantas monedas en una ranura, abrías la trampilla de vidrio y sacabas un sándwich o un pastel de manzana". O un café: los cuarenta Automat que hubo solo en la ciudad de Nueva York despachaban litros y litros de un *blend* aguadísimo de seis variedades de granos que la empresa Horn & Hardart (H&H), la concesionaria de las máquinas, mezclaba con achicoria para rebajar la bebida.

En la necesidad de un almuerzo frugal en tiempo y presupuesto, las decenas de Automat que se repartían por la mitad septentrional de los Estados Unidos se jactaban de preparar todos los días un café fresco que no se conservaba en las jarras por más de una hora. Para los niños, el Automat era una visión del futuro anticuado que solo encontraría comparación semejante en la mucama-robot de *Los Supersónicos*. Para los pobres, era un consuelo alimenticio en tanto siguiera entregando una taza gratuita de agua caliente, a la que le agregaban ketchup para convertirla en una "sopa". Para los oficinistas, era el ámbito del remanso que se encuentra frente a una taza de café caliente por solo 5 centavos, una bagatela que los empleados de bajo rango atesoraban como un lujo cotidiano. Pero la monedita no alcanzaba para cubrir los fenomenales costos de mantener las máquinas en funcionamiento y, a principios de la década del '50, la operación de los Automat dejaba un saldo en rojo de 2 millones de dólares que los dueños atribuían a la costumbre de vender el café muy barato. Era casi un derecho consagrado por la Constitución. Y aunque intentaron algunos trucos para reducir el déficit, como agregarle leche a la crema, un aciago día, el 29 de noviembre de 1950, los laburantes yanquis amanecieron con la novedad desgraciada: el café del Automat había duplicado su precio y costaba… 10 centavos. Seguía siendo una moneda pero el golpe psicológico fue brutal: las ventas cayeron de 70 a 45 millones de tazas por año, iniciando el declive que terminaría con todo el sistema cuando la inflación de la década del '60 provocó que casi ninguna comida se pudiera comprar por monedas aun cuando las máquinas no estuvieran preparadas para aceptar billetes. Urgidos de una taza caliente para empezar el día, los clientes abandonaron los Automat cuando sintieron que el aumento del café era una cachetada para los bolsillos que estaban famélicos desde los años '30, porque, como escribió entonces la revista *Time*, "cuando la Depresión alcanza el poder adquisitivo del hombre medio, este considera una taza de café de 5 centavos como un sustituto emocional de cosas más costosas".

G. EL *COFFEE BREAK*, QUINCE MINUTOS ETERNOS DE FAMA

La pausa son quince minutos: ni uno más ni uno menos. En el minuto dieciséis, el cerebro empieza a perder el estímulo energizante de la cafeína y, ahí donde un jefe de personal siga viendo el *coffee break* como un derroche de tiempo, el sopor que embarga al empleado le terminará dando la razón: según estudios de la Universidad de Copenhague publicados por la muy específica revista *Symbolic Interaction*, la "pausa para el café", toda una institución en las oficinas del hemisferio occidental, disminuye el estrés y mejora la salud mental: un alto en la tarea burocrática o repetitiva cumple "importantes funciones psicológicas y sociales en los centros de trabajo", pero así como no deba interpretarse jamás como una mera pérdida de minutos (el Instituto Tecnológico de Massachusetts, el admirado MIT por su sigla en inglés, demostró que la costumbre de generar una pausa para interactuar con colegas afuera de una sala de reunión aumenta la productividad un 8%), tampoco debe durar demasiado: si un jingle de la publicidad argentina en su etapa más virginal repetía en la tanda "la pausa son cinco minutos…" para tomarse un té, en el *coffee break* se admiten hasta quince. Mientras los expertos en insomnio recomienden dormir siestas de veinte minutos como máximo para no caer en la profundísima fase REM del sueño, la pausa para el café que dure más de quince también sería contraproducente, en tanto se nos haga más seductor prolongar la cháchara ociosa y más difícil volver al trabajo.

Me duermo. Es inevitable. Ni la amenaza de golpearme feo la frente contra el escritorio impide que después del almuerzo mi vida productiva se reduzca al cabeceo. La angustia del *deadline*, esa neurosis común a todos los periodistas que trabajamos a plazo fijo, no me aleja de la siestita abúlica: más bien, la carga de culpa por el trabajo incumplido. Entregada al estudio de lo cotidiano, hace un par de años la ciencia concluyó que la mejor hora del día para tomar un café es la 14:16. Aun frugal, el almuerzo nos hunde en un bajón físico y anímico mientras dure la digestión y que hace de la cafeína un estimulante imprescindible para continuar con la jornada laboral… a

la que todavía le falta la mitad. En pleno sopor, se impone entonces el *coffee break* y, aunque uno pueda suponer que existe desde que se entrega un salario a cambio de una labor, o desde que regalan biromes con logos mal impresos en las convenciones, en realidad la pausa para el café nació en 1902, cuando la empresa yanqui New York's Barcolo Manufacturing Company, establecida en la ciudad de Buffalo, fue la primera en consagrar un derecho laboral no escrito pero aceptado. En aquel entonces dieron cinco minutos de descanso para los empleados. Ni uno más ni uno menos. Y aunque se apreció como una módica conquista de los trabajadores, recién el boom del café instantáneo haría del *coffee break* un hábito alumbrado al calor de las máquinas que convirtieron a los Estados Unidos en una potencia industrial.

En 1947, los amigos Lloyd Rudd y Cyrus Melikian, que eran ingenieros mecánicos y entusiastas inventores, consiguieron los fondos suficientes para poner en funcionamiento la primera máquina expendedora automática de café, un invento que revolucionaría las oficinas al convertirse en el epicentro de una vida social regulada por sus propios códigos, que no son los de los escritorios o los despachos: el pasillo es una tierra de nadie donde las jerarquías se diluyen como el grano molido en agua caliente y los rituales del cortejo o el comentario insidioso alientan romances furtivos o celos profesionales. La empresa Rudd-Melikian Inc. presentó la máquina Kwik Kafe, un juego de palabras ("café rápido") que, en la promesa de velocidad en la preparación y el consumo, gozaba de la aprobación del señor gerente, siempre preocupado por aumentar la eficiencia. La percolación de café en polvo y agua caliente se ofrecía con un eslogan muy convincente ("¡el café se prepara en tres segundos!") y ayudaba a cumplir con el ritmo febril-fabril de la oficina moderna. Hijo de armenios, el ingeniero Melikian dedicó su vida a perfeccionar las máquinas de *vending*, como se llaman en la industria, y a crear otros inventos cafeteros con su loable objetivo de "llevar la infusión al gran público americano", como los *pods* de café, esas cápsulas blandas de papel parecidas a los saquitos de té que se insertan en las cafeteras domésticas, o los molinillos de granos que funcionan adentro de portentosas máquinas industriales. En el primer año de su emprendimiento vendieron trescientas máquinas y después aparecieron otros fabricantes competidores: a fines de 1951, en los Estados Unidos había más de 9.000 expendedoras automáticas y para 1955, más de 60.000, alimentando una mística del progreso tecnológico que resumía en *Los Supersónicos* una idea de cómo los yanquis se veían en un futuro cercano, y creando una liturgia laboral alrededor del café que, muchos años después, en la serie televisiva *The Office* se mostraría como propicia para el cotilleo laboral. "La máquina expendedora colaboró en la institucionalización de la tradición

norteamericana más venerada", escribió Mark Pendergrast: "La pausa para el café".

Por esos años el *coffee break* obtuvo su nombre propio. Fundada a fines de la década del '30 para cabildear a favor del comercio entre seis países latinoamericanos productores del grano y los Estados Unidos, la Agencia Panamericana del Café lanzó su campaña publicitaria más ambiciosa en 1952, cuando destinó 2 millones de dólares para inundar la radio, los diarios, las revistas y la televisión (que ese año ya había llegado a 16 millones de hogares yanquis, donde se veía un promedio de seis horas diarias) con una frase contundente: "Bríndese un *coffee break* y vea lo que el café le brinda a usted". La publicidad proponía un trueque conveniente: quince minutos de tiempo a cambio de la inyección de vitalidad y lucidez que ofrece la cafeína. Siempre en la búsqueda de alumbrar fenómenos, la retórica publicitaria bautizó la costumbre finalmente instalada: en aquel 1952, casi el 80% de las empresas ya había consentido la pausa para el café, una práctica no muy extendida antes de la guerra. El *coffee break* se popularizó en universidades y en oficinas, en reparticiones públicas y en hospitales. Se asumió como el momento más esperado en congresos y convenciones. Después de la misa de los domingos, aparecía una nueva forma de comunión cada vez que los fieles se reunían con los pastores para intercambiar comentarios piadosos en una pausa de café. Para fines de ese año, Charles Lindsay, director de la Agencia Panamericana del Café, escribió: "En muy poco tiempo, la pausa para el café recibió tanta publicidad que se convirtió en parte de nuestro lenguaje".

La muy fotogénica revista *Look*, de la que el enorme Stanley Kubrick era reportero gráfico de planta antes de debutar como director de cine, resignó algunas de sus páginas dedicadas a las estrellas de Hollywood para consagrar la moda del café que tomaba por asalto a los Estados Unidos: "El café y el postre aumentan la asistencia a las reuniones municipales. Las tertulias con café reúnen fondos para una orquesta sinfónica. El café se une al té como vehículo para las charlas entre padres y maestros, estimulados por lo fácil que resulta servir café instantáneo para grandes grupos". En la facilidad de su preparación y la rapidez de su consumo, el café se había consagrado como la bebida de la vida pública acaso como nunca antes: tanto, que en la campaña del general Dwight Eisenhower para alcanzar la presidencia en 1953, y con el objetivo de mostrarlo a los electores menos rígido que en la guerra y más relajado en un clima hogareño típicamente norteamericano, sus asesores organizaron numerosos encuentros privados con votantes y donantes en fiestas bien regadas con el noble producto del grano, en lo que ingeniosamente llamaron "Operación taza de café".

H. UNA, Y OTRA, Y OTRA TAZA DE JOE

Wimpy, Dunkin, Ship's, Chip's, Herbert's, Biff's, Bob's Big Boy, Dan's y, finalmente, Googie's. La ruta desde el aeropuerto de Detroit, Michigan, hasta el centro de la ciudad confirma los pronósticos más tremendistas de la ciencia ficción milenarista: si novelas como *La carretera* o *Yo, robot* imaginaron un futuro cercano de metrópolis desoladas, los 70.000 edificios vacíos de la que se conoció como Motor City, "la ciudad de los motores", tras la debacle de la industria automotriz y la quiebra municipal, asusta con los esqueletos de las moles de hormigón abandonadas a la acción de los hongos. Estoy en el corazón del Rust Belt, "el cinturón del óxido", la franja de los Estados Unidos que se extiende desde el Atlántico hacia Wisconsin, desde los Montes Apalaches hasta los Grandes Lagos, y que se dedica a la industria pesada. Obreros, leñadores, camioneros y maquinistas trabajan tomando café. Y si alguna vez Detroit llegó a ser la meca del sueño norteamericano al punto de que la llamaban "el arsenal de la democracia" por sus fábricas de autos y de acero, las crisis sucesivas (la del petróleo, la de los autitos japoneses que dominaron el mercado, la inmobiliaria o la financiera internacional), hicieron del faro industrial del norte una tierra de zombis. Pero estos muertos vivos están bien despiertos. Entre tanta miseria y desesperanza (Detroit tiene índices de analfabetismo y pobreza similares a los de un país africano), perduran las cafeterías con nombres que resumen el estilo informal del *white trash* yanqui, bautizadas como propiedades de sus dueños. Es enero, el termómetro de la combi marca ocho grados bajo cero (al menos, el invierno fue más benévolo que en otras temporadas, cuando puede descender hasta cuarenta o cincuenta bajo cero) y desde la ruta se ven camiones y camionetas estacionados en las puertas de los Wimpy, los Dunkin o los Ship's que ofrecen "una taza de Joe", aquel tributo al soldado desconocido que hizo de la infusión un momento de consuelo en las trincheras: nada más que un café de filtro muy aguado en vaso de papel, y otro y otro más, que acompañan a la hamburguesa y las papas fritas.

Si una mitología del capitalismo yanqui hizo de la pregunta "¿querés agrandar tu pedido?" una promesa de ascenso material toda vez que el dinero lo permita, en las cafeterías ruteras de Detroit, o de

Milwaukee, o de Baltimore, el vaso o la taza siempre llenos son símbolos de la prosperidad de un país que alguna vez se imaginó a sí mismo como un barril sin fondo. El *refill* es una tradición nacional que garantiza la saciedad ahí cuando se rellene un vaso de gaseosa o una taza de café sin pagar un centavo de más. “Los estadounidenses podrían preguntarse por qué esa cortesía tan común debería considerarse tan importante”, escribieron Weinberg y Bealer: “Pero si se piensa que muchos europeos amantes del café y habituales de la cafetería pasan horas cuidando unas tacitas que les cuestan el doble de lo que los estadounidenses pagan y que, si quieren otra, deben pagar el precio completo otra vez, se puede ver que, en el curso de una vida de estimularse con café, los rellenos podrían acabar sumando una pequeña fortuna”. Para los argentinos que visitamos Detroit, mal acostumbrados a los abusos de los comerciantes que cobran hasta el aire, el *refill* no deja de parecer una trampa que le hacemos al sistema, una grieta por la que colamos cierta idea de avivada, un germen disruptivo en el corazón del imperio: pagamos un café pero tomamos dos. ¡O tres! La cultura del relleno es simbólica de la adhesión fanática de los yanquis por sus aficiones: siempre quieren más y es un derecho adquirido que se lo concedan.

En las afueras de las ciudades del óxido, entre los hierros retorcidos de las máquinas abandonadas, las cafeterías cromadas brillan como diamantes sobre la basura. Los carteles de neón, las barras de aluminio, las mesas y las sillas de fórmica atornilladas al piso vivieron su esplendor desde la década del ’50, cuando los yanquis se maravillaban ante las perspectivas de un futuro brillante basado en el poderío económico y los avances tecnológicos, hasta la del ’70, cuando la crisis del petróleo pulverizó esos sueños y dejó el vetusto Tomorrowland de Disneylandia, algunos hoteles de Las Vegas y las cafeterías como últimos testimonios de la era espacial. En las herederas de Herbert’s o Googie’s se sigue rellenando la taza de café sin cobrar un solo centavo de más, pero aquel futurismo profetizado se develó como otra promesa incumplida. En la esquina de Sunset Boulevard y Crescent Heights, en Los Ángeles, la cafetería Googie’s fue tan sintomática de la visión de Norteamérica recibiendo el futuro mientras tomaba un vaso de café que bautizó un estilo arquitectónico. En el libro *Googie: Fifties Coffee Shop Architecture* (“Googie: la arquitectura de las cafeterías de los cincuenta”), el autor Alan Hess escribió que el nombre “Googie” se convirtió en un estilo propio cuando un profesor de Yale y un fotógrafo arquitectónico manejaban por Los Ángeles y, al pasar frente a la cafetería, el primero dijo al segundo: “Esto es la arquitectura Googie”. También conocida como *popoluxe* o *doo-wop*, la fantasía retrofuturista influenciada por la cultura del automóvil y expresada en materiales sintéticos y colores

tan brillantes como el futuro que se avecinaba.

Poco de lo que se imaginaba sucedió. Medio siglo más tarde, aún no existen los mayordomos robot, los edificios más notables de la arquitectura Googie fueron demolidos para construir condominios despersonalizados y aunque los autos voladores podrían solucionar los dramones de tránsito de las ciudades grandes, todavía siguen con las ruedas sobre el asfalto y consumiendo hectolitros de combustible. Mientras varias generaciones de estadounidenses imaginaban la Luna como próximo destino de vacaciones, la sustancia que acompañó ese espíritu de avance sin pausas y de progreso sin renuncios fue la cafeína (no solo en el café: también en las gaseosas cola). Con su promesa de energía infatigable, y con las tazas y los vasos siempre llenos por voluntariosas camareras que apuran el *refill* para que ningún camionero pierda ni un segundo en su ingesta de estimulante, ¿acaso habría otras bebidas que resuman la obsesión yanqui por el movimiento continuo más que el café y la Coca-Cola? El imperativo del *keep moving* (la indicación policial de "¡circulen, circulen! ¡No dejen de circular jamás!", según resumió Bernard-Henry Lévy en *American Vertigo*), ¿en realidad es otra cosa? Según el filósofo francés, "¿también paranoia?, ¿obsesión por la seguridad?, ¿o angustia, mucho más profunda, constitutiva del *ethos* norteamericano, frente a la idea misma del movimiento que se detiene?".

Ahí donde el *refill* perdure como el símbolo del afecto especial de los estadounidenses por la cafeína (en definitiva, aquella vez que los colonos cambiaron la hoja de té por el grano de café, como una manera de separarse de los ingleses, fundaron una nación cafeinizada), su país seguirá siendo el mayor importador de café en todo el mundo, concentrando más de la mitad de las compras a los lejanos productores apiñados alrededor del ecuador. En tiempos de dudas e incertezas, una dosis valiosa de normalidad se pondrá sobre la mesa cada vez que un camionero de Detroit, de Milwaukee o de Baltimore pueda tomarse quince minutos para beber un café al costado de la ruta: todos quieren sentirse señores de su tiempo por un rato. Y si el afán controlador del último imperio de la era contemporánea lo llevó a ser el gendarme del mundo, y enviar tropas cada vez que una guerra civil o la posesión de un yacimiento petrolero así lo hayan exigido en el más remoto rincón del mundo, la custodia del "oro negro" (para ellos y para los países que viven de su cosecha, el café) también requeriría la mano dura de los Estados Unidos el funesto día en que cualquier dictador de Costa Pobre amenazara con dejar vacía la taza de Joe.

CAPÍTULO 8

DICTADURAS Y DICTABLANDAS

A. TODOS LOS NEGROS TOMAMOS CAFÉ

B. LA HELADA NEGRA: APOCALIPSIS, AHORA

C. EL ÚLTIMO REY DEL CAFÉ

D. LA REVOLUCIÓN SERÁ CAFEINIZADA

E. UNA INFUSIÓN CARGADA DE MISERIA Y DE MUERTE

F. EL PATRÓN DEL BAR

A. TODOS LOS NEGROS TOMAMOS CAFÉ

“Ay mamá Inés, ay mamá Inés, todos los negros tomamos café”. Con la carota redonda y el gesto excedido, casi desencajado, el *crooner* cubano está sentado frente al piano y, en lo que parece el living de una casa, divierte a la concurrencia de la tertulia, una señorita abúlica en el fondo, un caballero de pie con una copa en la mano: Bola de Nieve le canta al café. En el único video que existe del hit caribeño interpretado en vivo allá por la década del ’50, el cantante y pianista celebra en los distintos tonos del gris “la canción que conocen todos los cubanos, adentro o afuera de la isla, sean jóvenes o viejos, negros o blancos”, según la definición de la historiografía musical habanera. El tango-conga “Ay mamá Inés” inmortaliza una melodía que todas las hinchadas del mundo adaptaron para la rima de sus parcialidades y resume la maravillosa vida breve del barrio Jesús María, en La Habana vieja, donde desde los ’50 hasta ahora se baila salsa, se juega al dominó, se compran tabaco y ron… y se toma café. Prudente en las definiciones políticas y homosexual tapadísimo, acaso como método de supervivencia ante las persecuciones del régimen, Bola de Nieve fue el gran embajador de la música cubana antes y después del mítico 1º de enero de 1959 y, aunque la hora exigía artistas comprometidos con la revolución, en todas las calles de la isla se entonaban los versitos de la cantata caribeña al café.

Para fines de 1950, los países latinoamericanos productores de café (entre ellos, Cuba) veían cómo las supercosechas del grano desbalanceaban el equilibrio entre oferta y demanda (se producían 50 millones de sacos, pero solo se consumían 38 millones en todo el mundo), llevaban los precios para abajo y amenazaban las precarias economías nacionales: para muchas, el café era su principal sustento. Los esfuerzos de la Agencia Panamericana del Café parecían haberse agotado con la creación comercial del *coffee break* porque en los Estados Unidos, su principal cliente, la infusión empezaba a ser menos atractiva (los *baby boomers* bebían Coca-Cola) y, con la difusión masiva de las cafeteras de filtro, se tomaba cada vez más aguada y de peor calidad. Del otro lado del Atlántico, los países africanos intuyeron la debacle y se unieron para crear la Organización Interafricana del Café, que en 1959 develó su objetivo principal:

quitarle mercado a Latinoamérica. Pocos meses después se sumaron a la liga Kenia, Tanganica (hoy Tanzania) y Uganda, las colonias británicas en África, que junto a Angola, Costa de Marfil y Camerún promovieron un acuerdo comercial con los Estados Unidos, con cuotas de mercado y compromisos de compraventa. Era el pico de máxima tensión en la Guerra Fría y, mientras el gobierno de Eisenhower, aquel que llegó a la Casa Blanca con su "Operación taza de café", veía cómo Brasil acordaba un trueque con la Unión Soviética (trigo, aviones, sembradoras y petróleo rusos a cambio de café), el fantasma del comunismo se volvió una amenaza ominosa sobre las tazas de los yanquis. Ese mismo año, los rebeldes conducidos por Fidel Castro habían derrocado a Fulgencio Batista; poco después, Fidel se alineó con el gobierno soviético de Nikita Kruschev y nacionalizó las empresas de capitales norteamericanos, lo cual impidió que, hasta hoy, los yanquis puedan tomar un Cubita, un Turquino o el excelso Crystal Mountain, y que apuren la firma con los africanos para un gran acuerdo del café.

"El temor de los Estados Unidos con respecto al comunismo se centraba no solo en América Latina sino también en África", escribió Mark Pendergrast: "En 1960, la inevitable descolonización africana se convirtió en un torrente de países recién independizados, muchos de los cuales dependían principalmente del café, justo en el momento en que los precios caían en picado". La guerra civil en el Congo Belga dejó miles de muertos y, sobre las cenizas, nació un país con otro nombre (Zaire) y con los pequeños cafetaleros sobrevivientes arrojados a la miseria. En Angola, el otro foco de insurgencia que preocupaba al entonces presidente John Fitzgerald Kennedy junto con Cuba, el gobierno estadounidense alentó la represión de los colonialistas portugueses sobre los africanos, como solución final contra la amenaza del comunismo. "Cuando los trabajadores del café exigieron los sueldos atrasados, los dueños de las plantaciones se dejaron dominar por el pánico y dispararon contra ellos", escribió Pendergrast: "Durante la matanza que siguió, cientos de blancos y miles de negros fueron asesinados en las plantaciones de café. Finalmente, con armas norteamericanas, los portugueses restablecieron el orden y el cultivo del café". Como había ocurrido en muchas otras épocas de la historia, los granos quedaban literalmente manchados de sangre.

Apurados por la demanda de sus bebedores fanáticos y exigidos por la tensión política, los Estados Unidos firmaron el acuerdo del café con los africanos: no solo se aseguraban la provisión de sus tazas sino una embajada comercial capitalista ahí donde el comunismo amagaba con crear réplicas a escala de Moscú o La Habana. El lobbista John McTiernan, de la Asociación Nacional del Café de los Estados Unidos,

advirtió que Kruschev "podría explotar el nacionalismo africano para atrapar a las naciones emergentes en la esclavitud comunista". Para 1962, las partes llegaron a un acuerdo provisorio y se reunieron en el edificio de las Naciones Unidas en Nueva York para celebrar una Conferencia del Café, que tuvo sesiones maratónicas de hasta 24 horas seguidas, con el suplemento energético de litros y litros de café de filtro. ¡Qué imprescindible se hacía la bebida en el sopor de los despachos! Estadounidenses, africanos, latinoamericanos y europeos concluyeron que el gigantesco consumo de café en el mundo necesitaba una regulación para asegurar la provisión de los países meridionales que hacían de la cafeína el combustible para sus ciudadanos y empleados mal dormidos. Y fijaron el 30 de diciembre de 1963 como fecha tope para poner en práctica un Acuerdo Internacional del Café, que repartía cuotas de compras y ventas según los volúmenes de producción de cada uno de los países (una curiosa forma de libre mercado, ¿no?). Para entonces, el comercio mundial de café había aumentado a 45 millones de sacos de 60 kilos. Entre sospechas de estar alentando la formación de un "cártel internacional", los senadores yanquis discutieron el acuerdo en el Comité de Asuntos Exteriores ("¿lo que están haciendo no es cargar el peso sobre los consumidores norteamericanos de café para mantener el nivel de precios en un país extranjero?", se preguntaron) y, con el país aterrorizado por la crisis de los misiles que nadie vio jamás pero cuya presencia se percibía como un aliento en la nuca, sintieron la amenaza a kilómetros nomás de la costa de Miami, donde los primeros refugiados anticastristas iniciaban a los gringos en las nociones del café a la cubana, tostado muy oscuro, molido demasiado fino, bien azucarado y filtrado en un colador de lana.

"Buscan un pedazo de tierra, un trabajo seguro, un estómago lleno, la educación de los niños. Seremos nosotros o los rusos. Es así de sencillo": la conclusión del dirigente Wendell Rollason en una conferencia de una organización anticastrista de Miami disfrazaba de preocupación humanitaria el terror por la avanzada comunista en la ciudad donde, algunos años más tarde, la Radio Martí invadiría Cuba con sus ondas que despotricarían contra el gobierno castrista y alentarían a inmolarse en balsas para tocar la costa del edén del consumo. Como todo cubano, el prócer revolucionario tenía su propia fascinación con el café: "Tiene un misterioso comercio con el alma; dispone los miembros a la batalla y a la carrera; limpia de humanidades el espíritu; aguza y adereza las potencias; ilumina las profundidades interiores; y las envía en fogosos y preciosos conceptos a los labios; dispone el alma a la recepción de misteriosos visitantes, y a toda audacia, grandeza y maravilla". En la década del '60, las palabras de José Martí rebotaban con otra cadencia en Angola o en

Cuba, la última vez que una línea imaginaria unió África con el Caribe. De uno u otro lado del Atlántico, originarios y descendientes se unieron en un ritual a la distancia cada vez que todos los negros tomaban café.

B. LA HELADA NEGRA: APOCALIPSIS, AHORA

El cine catástrofe imaginó inundaciones arcaicas, meteoritos apocalípticos, terremotos desgarradores y, aunque supo augurar una nueva era de hielo para el día después de mañana, para el año 1975 no se le había ocurrido que pudiera caer una helada tan devastadora sobre Brasil. El jueves 17 y el viernes 18 de julio de ese año nevó en el estado de Paraná. Por primera vez en la historia, el cielo se puso blanco y escupió kilos y kilos de nieve sobre la tierra colorada de clima subtropical, y el hielo congeló árboles y plantas. La mitad de los cafetos del Brasil, el principal productor mundial, quedaron destruidos: 1.500 millones de plantas sobre el suelo más fértil del país fueron las víctimas de un holocausto botánico que transformaría la producción, la compra y la venta del café durante muchos años. “El comercio mundial del café puede haber sufrido una alteración permanente debido a la helada”, pronosticó entonces la revista británica *The Economist*: “En Paraná serán pocos los cafetos que se puedan recuperar, y muchos los que no serán reemplazados. Los productores cafetaleros han sido golpeados demasiado a menudo por las heladas, de modo que están contemplando la posibilidad de cultivar trigo, e incluso mostraron un particular interés por la soja”. El desastre arruinó a grandes terratenientes y a pequeños productores de las *fazendas*, y animó el espíritu supersticioso de aquellos que vieron en la nieve alguna forma de maldición divina. Desde el cielo, las tierras destruidas por el hielo parecían quemadas y, en un rapto poético que simbolizaba las presunciones oscuras sobre su futuro, los brasileños bautizaron el fenómeno meteorológico como “la Helada Negra”; pero como la avaricia humana hace de la tragedia de algunos una bendición para otros, los cafetaleros colombianos, exaltados por las posibilidades comerciales que se abrían ante las penurias de su principal competidor, la llamaron “la helada santa”.

Un mal día de mediados de los ’70, el mundo tuvo menos café. Los arbustos del cafeto tardan cuatro años en madurar para dar sus primeros frutos, por lo cual se auguraban tazas vacías para las próximas temporadas: los precios a futuro subieron de una manera enloquecida. A la Helada Negra del Brasil se sumaban la guerra civil en Angola, que empujó la huida de los colonos portugueses, muchos

de ellos cafetaleros, que en la estampida abandonaron 3 millones de sacos en las fincas y destruyeron la que habría podido ser una industria floreciente. Y la revolución en Etiopía, que impedía la cosecha. Y la huelga de trabajadores portuarios en Kenia, que paralizó las salidas de los barcos. Y el terremoto de Guatemala; las inundaciones de Colombia; la plaga de roya de Nicaragua. Fue un apocalipsis cafetero. Para marzo de 1976, el mes trágico que marca la herida en la historia argentina, el café duplicó su precio y llegó a cotizar 1 dólar la libra. A fines de ese año, costaba 2,55 dólares la libra. Y para 1977, rompió la barrera de los 3 dólares. Negro, espeso, carísimo: el café era el nuevo petróleo, mientras la crisis del petróleo auténtico dejaba sin nafta los autos tamaño barco de los estadounidenses y alumbraba novelas como la saga de John Updike donde el antihéroe Harry "Conejo" Armstrong, el emblema del "hombre de a pie" estadounidense, no podía entender cómo ese mundo pequeño que hasta entonces había sido tan cómodo y seguro se volvía hostil, toda vez que tuviera que dejar el coche en su casa o sacar tres billetes para pagar una taza de café en un bar.

"Síndrome de abstinencia": eso es lo que declaró como síntoma Elinor Guggenheimer, una reconocida *socialité* de Manhattan que era la comisionada de los Asuntos del Consumidor en la década del '70. El síndrome se manifestó después de que abandonara sus catorce tazas diarias como acto fundamental del boicot que fogoneó contra el café. Filántropa y millonaria, doña Elinor hizo propia la causa de los consumidores y definió como un "escándalo" los aumentos de precio (el chusmerío de la infusión cuenta que no se pudo aguantar y que, a los pocos días, volvió a su hábito aunque redujo la ración a dos tazas). En los Estados Unidos, el país más cafeinizado del mundo, algunas cadenas de supermercados animaron a sus clientes a no comprar café, en señal de protesta contra los precios altos. Frente al boicot que amenazaba con aguar su más lucrativo negocio, el brasileño Jorge Wolney
Atalla, que había comprado Hills Brothers, la última gran empresa yanqui familiar de café, por 38 millones de dólares en una fabulosa parábola sobre el nuevo orden mundial, publicó una solicitada en el diario *The Wall Street Journal* para explicar que el aumento brutal del precio se debía a la Helada Negra, e invitó a dueños de supermercados y defensores de los consumidores a visitar Brasil para que pudieran comprobar en persona los efectos devastadores del hielo sobre las plantas.

La ola de indignación se convirtió en un tsunami. En Nueva York, Fred Richmond, un funcionario de Agricultura, dijo que "los consumidores de café de los Estados Unidos y de otras naciones están siendo sometidos a una de las manipulaciones de mercado más

maquiavélicas que registra la historia moderna" y denunció a Brasil y Colombia como instigadores de una campaña destinada a inflar los precios del café. Acaso como una manera de convertir el problema del grano en un símbolo de sus posiciones políticas frente a la situación interna de los países lejanos, como se hizo después con Uganda, el diario *The New York Times* publicó que la dictadura brasileña "sabía que los narcotizados norteamericanos pagarían lo que fuera por sus dosis de café", en un artículo firmado por el columnista William Saffire, bajo el título elocuente: "El café de Brasil es un robo".

Sin embargo, a pesar de los precios mayoristas que se triplicaron, para los consumidores yanquis preparar una taza de café en sus casas costaba apenas 6 centavos, mucho menos que lo que estaban dispuestos a pagar por una botella de Coca-Cola o de Pepsi. "¿Qué era lo que en el precio del café fastidiaba invariablemente a los ciudadanos estadounidenses?", se preguntó Mark Pendergrast: "Es difícil no llegar a la conclusión de que había una cierta desconfianza xenófoba subyacente respecto a los latinoamericanos y los africanos en esas protestas". Y cita una carta de lectores del *New York Times*, donde un corredor de café pone la discusión en blanco sobre negro: "¿Dónde está escrito que las naciones industriales ricas deban disfrutar siempre de productos básicos baratos producidos por trabajadores que ganan 1 dólar diario, y al mismo tiempo, trasladar sus altos salarios y otros costos a los países pobres bajo la forma de bienes manufacturados que son cada vez más caros?". Para mayo del '77, la libra de café ya costaba 4 dólares. Y seguía subiendo. Tal vez más que nunca en la historia, el café se convirtió en la evidencia del reparto inequitativo de los bienes y las ganancias en un mundo polarizado, y la injusticia era flagrante cada vez que un productor ganaba en un día lo que un norteamericano o un europeo pagaba por una taza. Los Estados Unidos habían hecho del café una excusa para la política exterior, en su afán de bendecir o condenar dictaduras de los países que ubicaban en el "tercer mundo" según su conveniencia. Y puertas adentro, era el sedante que mantenía quietas las aguas y sostenía cierta idea de unión nacional en el temporal de las incertezas, como supo comparar el venerable periodista Jim Lehrer la tarde que dedicó una emisión completa de su programa de radio a la crisis del grano: "Es irónico que una nación que inició su camino hacia la independencia con un boicot contra el té deba dar comienzo a su tercer siglo de existencia con un boicot contra el café".

C. EL ÚLTIMO REY DEL CAFÉ

Emmwanyi zange nnungi nnyo!!
(“El mío es un excelente cultivo de café”, en ugandés).

Con el gesto turbio y los hombros combados por el peso de las charreteras, el Gran Dictador quiere convencer al súbdito de su igualdad para los privilegios: “Pregúntele a mis soldados: nunca he comido sino después que ellos”. Lo que se insinúa como semejanza en realidad es paranoia: teme que lo envenenen. O acaso haya sido la debilidad de reservar los postres y el café como lo mejor de la cena de quien, se decía entonces, era caníbal. Impredecible y con la mano firme, el general Idi Amin fue el dictador que en los años ’70 le dio a Uganda el apodo de “el gran matadero”, con un saldo atroz de entre 100.000 y 500.000 muertos. Aunque temeroso de los desleales que pudieran asesinarlo, se movía con la impunidad del que había soñado la fecha y el lugar exactos de su muerte: apoyaba la dictadura de ultraderecha de Augusto Pinochet en Chile y recibía protección de la Unión Soviética, tenía simpatía con Golda Meir, primera ministra de Israel, y reconocía “hermandad” con el dictador libio Muammar Kadafi. Brutal y encantador, casi analfabeto pero brillante en la táctica política, Idi Amin encarnaba el ideal panafricano setentista: “Somos el *black power*”.

Cuando derrocó al presidente Milton Obote, en 1971, Uganda exportaba cobre, algodón y café. Ocho años más tarde, toda la industria casi había desaparecido y los altos precios internacionales del grano alimentaban las fortunas personales de los capos del régimen. Entre los cafetos, el horror: las plantaciones de las provincias se convertían en cementerios a cielo abierto de los opositores al régimen y, aunque la catastrófica gestión económica había disminuido un 35% las exportaciones, la Helada Negra del Brasil y el aumento de la cotización internacional del café llevaban dólares frescos hasta Uganda, donde Idi Amin vivía como un Hugh Hefner rodeado por conejitas de chocolate. Como sucedía en Angola, en esa parte de África se cultivaba la variedad robusta, la *coffea canephora* en su

nombre científico: menos melindrosa en los cuidados, y poco estimulante en su gusto, el experto bebedor dirá que tiene un sabor “plano”.

“La mano dura es lo único que entienden los africanos”, dice un cínico agente del MI6, el servicio secreto inglés, en *El último rey de Escocia* (*The Last King of Scotland*, 2006) la película de Kevin MacDonald que recrea los delirios megalómanos del dictador, en el cuerpazo del enorme actor Forest Whitaker. ¿Cualquier parecido con la realidad es pura coincidencia? En marzo de 1977, el bienpensante diario *The New York Times* denunció que los Estados Unidos pagaban por el café de Uganda más de 200 millones de dólares al año, que servían para financiar los caprichos del líder corrupto y comprar las lealtades de su esperpéntico ejército, mientras que el 80% de la población apenas levantaba la cabeza por encima de la línea de pobreza. Entonces se organizó el boicot. Ahí donde Idi Amin recibiera azúcares de Fidel Castro, el gobierno de Jimmy Carter estaría dispuesto a no tragar una gota más del amargo café ugandés. El demócrata Donald J. Pease, congresista por Ohio, presentó un proyecto para declarar el bloqueo al café de Uganda como un método de ahogo para el dictador africano. La ecuación era brutal: en los Estados Unidos, solo el 6% de las importaciones de café venían desde Uganda, pero ese comercio representaba para el paisito africano el 30% de sus exportaciones. Siempre trémulas en sus declaraciones, las multinacionales Procter & Gamble, Nestlé y General Foods emitieron un comunicado donde se consternaban por lo “horrendas y moralmente repugnantes” que eran las matanzas, pero… se negaban a sumarse al boicot a menos que el Gobierno las obligara. Por robusto, barato y poco ambicioso, el café de Uganda era un ingrediente más en las mediocres fórmulas de jugo de paraguas con las que llenaban las tazas de los camioneros norteamericanos.

Casi un año más tarde, y con la insistencia del demócrata Pease, el Congreso de los Estados Unidos formó una comisión para tratar el “caso Uganda” y allí recibieron el testimonio de varios exiliados. Uno de ellos era Remigius Kintu, hijo de un productor de café, que por milagro pudo escapar de la dictadura para contar qué pasaba. Había campos de concentración por todo el país. Los opositores eran exterminados. Los sospechosos, desaparecidos. Los prisioneros, obligados a beber la orina de sus guardias y a arrastrarse, esposados, sobre metros y metros de vidrios rotos. Si era cierto que “Uganda está ahogada en odio”, como dice un buen doctor en *El último rey de Escocia*, el gobierno yanqui se disponía a evangelizar con el apriete: a finales de julio de 1978, el Congreso aprobó el embargo contra el café ugandés, pero ningún otro país quiso apoyar la medida. Siempre atentas a las relaciones públicas, Procter & Gamble, Nestlé y General

Foods se apuraron a cancelar las compras del grano africano: el diario *The Washington Post*, que pocos años antes había destapado el escándalo de Watergate, gracias al cual Idi Amin había declarado "hermandad" también con Richard Nixon, acusaba a las empresas de "sostener el régimen fascista e inhumano de Idi Amin".

Al dictador se le secaba la boca. El boicot al café ugandés fue la gota que derramó la taza. En abril de 1979, las arcas vacías del Estado y los chispazos bélicos con la vecina Tanzania terminaron con su gobierno y el Gran Dictador dejó el palacio presidencial en helicóptero. Un mes después se levantó el boicot estadounidense al café ugandés y, aunque los manoduras que siguieron fueron casi tan brutales como los anteriores, a nadie se le ocurrió exigir otro bloqueo. Paranoico y resentido, Idi Amin terminó sus días en los dos últimos pisos de un lujoso hotel en Arabia Saudita, donde la familia real le dio asilo, añorando las pantagruélicas sobremesas regadas con café ugandés. Falleció en el año 2003 en la ciudad árabe de Yida, de viejo y como huésped privilegiado de un exilio dorado. Nadie supo nunca si esa fecha y ese lugar eran los que había soñado para su muerte.

D. LA REVOLUCIÓN SERÁ CAFEINIZADA

Si una saga cinematográfica militarista argentina hizo de Rambito y Rambón una pareja de colimbas desastrados, en el Caribe el dúo de Tacho y Tachito fue más trágico que cómico, aunque toda dictadura tenga algo de parodia. El general Anastasio "Tacho" Somoza García y su hijo Anastasio "Tachito" Somoza Debayle gobernaron Nicaragua hasta que estalló el polvorín por toda Centroamérica, poco después de que Idi Amin fuera exiliado en un cinco estrellas. En julio de 1979, los revolucionarios inspirados en el ideario del patriota Augusto César Sandino (que había sido el hijo bastardo de un terrateniente cafetalero) tomaron el poder, el dictador (hijo) se refugió en Asunción, donde un año más tarde sería asesinado por el argentino Ejército Revolucionario del Pueblo (ERP) y después de que la lucha armada dejara más de 40.000 muertos y un millón de nicaragüenses sin casa y con la economía hundida, los sandinistas pensaron que la prosperidad económica del país estaba en el café. Los Somoza eran dueños de infinidad de empresas (como otros tiranuelos multimillonarios, brutales y ridículos: Trujillo en República Dominicana o Stroessner en Paraguay) y poseían el 15% de todas las fincas cafetaleras del país; el nuevo gobierno nacionalizó esas compañías y concluyó que lo mejor era un monopolio estatal: la Empresa Nicaragüense del Café (ENCAFE) fue consagrada por decreto como la única autorizada para la compraventa.

¡La revolución será cafeinizada! O no será nada. Si un cliché del diseño gráfico actual replica hoces y martillos en los logotipos de las cafeterías que adoran los *hipsters* de Brooklyn o Melbourne, los ideales marxistas aplicados al café aquella vez se expresaron en una reforma agraria donde algunas fincas seleccionadas dispondrían de las tecnologías más avanzadas. "No obstante, lo que sucedió después demostraría que aquellos marxistas urbanos no sabían demasiado acerca de la producción de café", escribió Mark Pendergrast. Después de la revolución, los cafetaleros no tardaron en sentir la decepción de la promesa incumplida. Según cuenta el libro *El café, historia de la semilla que cambió el mundo*, la ENCAFE solo pagaba a los productores el 10% del precio internacional del grano, que había empezado a bajar del subidón que había dado por la Helada Negra: "Después de

quedarse con todas las ganancias, los sandinistas ofrecían créditos baratos, pero este recurso no hizo sino profundizar el endeudamiento de los productores". Se dice que los miembros del Frente Sandinista de Liberación Nacional eran "intelectuales urbanos" y que sus escasos conocimientos de la agricultura cafetera terminaron arruinando lo que había sobrevivido a la dictadura y la revolución: en sus intentos por erradicar la plaga de roya, podaron todos los árboles de sombra y vendieron la madera como material para la construcción. Y el programa de fomento destinado a renovar las fincas nacionalizadas, bajo la promesa de devolverlas a sus propietarios originales, concluyó con tierras desoladas y talas indiscriminadas. El resultado fue catastrófico. Cuando los contras, el movimiento de expatriados apoyados por el gobierno yanqui para debilitar la revolución, hicieron incursiones en Nicaragua a través de la frontera con Honduras, muchos de los cafetaleros se unieron a ellos y los sandinistas empezaron a reclutar estudiantes de las ciudades para la cosecha del café. El oro negro era vital para la economía del país y los contras tenían misiones furtivas que, en la mitad de la noche y siempre por asalto, buscaban arruinar la cosecha como una manera de socavar las bases del gobierno. En las refriegas morían contras y sandinistas. Y también humildes trabajadores del café; entre ellos, mujeres y chicos.

El apocalipsis cafetero, que hasta entonces había sido solo botánico, se convirtió en una catástrofe humanitaria. El ejército sandinista desalojó a 200.000 campesinos para reubicarlos en "zonas controladas", fuera del campo de acción de los contras y, unos años después, la séptima parte de la población del país vivía en el exilio. Según Pendergrast, los revolucionarios en el gobierno modificaron su política y entregaron parcelas individuales de tierra a los campesinos y cita al general Joaquín Cuadra Lacayo, jefe del Ejército Popular Sandinista: "Les dábamos tierra y un arma y les decíamos: 'Esto es tuyo. Ahora defiéndelo'. Lo llamábamos 'reforma agraria', pero la lógica era estrictamente militar. Queríamos evitar que se unieran a la Contra. Me importaba un comino que el hombre produjera o no". Sin preparación técnica ni recursos económicos, la cosecha fue otra vez un desastre; los nuevos cafetaleros intuían que estaban sentados sobre una fortuna pero dejaban que el café se pudriera. En 1985, acaso inspirado en el "exitoso" bloqueo contra el café de Uganda que había acelerado la defunción política de Idi Amin, el gobierno de Ronald Reagan prohibió la importación de productos nicaragüenses como un manotazo para debilitar al gobierno marxista que amenazaba con el prodigio geográfico: poner al Caribe más cerca de Rusia que de los Estados Unidos. Uno de los máximos opositores a la medida fue Paul Katzeff, el dueño de la marca Thanksgiving Coffee, que desde California estaba enrolado en la incipiente corriente de los tostadores

artesanales que importaban los granos y desarrollaban sus propios *blends* como tímida reacción al café de supermercado que, en sus mezclas baratas, se había vuelto intomable y que, en sus beneficios económicos gigantescos, era cómplice de la explotación de los campesinos latinoamericanos.

Ex *hippie* alumbrado al calor del Greenwich Village neoyorquino de la década del ’60, Katzeff había viajado a Nicaragua para ver la revolución con sus ojos y, al regreso a Fort Bragg, California, alumbró el nuevo lema de su empresa de café, un inspirado juego de palabras que tiene más rima en inglés que en español: “*Not just a cup, but a just cup*” (“No solo una taza sino una taza justa”). Decidió comprar la materia prima de las pequeñas fincas nicaragüenses, envasó los granos en paquetes que decían “Café por la paz”, donó 50 centavos de dólar por libra a los sandinistas, evitó el bloqueo ingresando la mercadería desde Canadá y demandó al mismísimo Reagan. Aunque al ex *cowboy* de las películas clase B no se le haya movido un pelo de su jopo siempre tieso (¡litros de laca compartidos con su esposa Nancy!), el gesto de Katzeff se fue extendiendo entre los importadores independientes de café en los Estados Unidos; por lo menos, entre aquellos más concientes y preocupados por las injusticias en la producción, el procesamiento y la venta del café desde hacía por lo menos… quinientos años. En Massachussets se fundó Equal Exchange, que con su fórmula de “intercambio equitativo” ayudó a ofrecer el nicaragüense Café Nica a un precio justo para todos los eslabones de la cadena comercial. En Canadá, la organización Bridgehead empezó a distribuir la producción sandinista. Y en Holanda, apareció la empresa Max Havelaar Quality Mark (en honor a la novela escrita en 1860 por el autor Multatuli, seudónimo de Eduard Douwes Dekker, que denunciaba las brutalidades inhumanas que padecían los productores de café en las colonias de Java): en pocos años llenó las tazas europeas con un líquido hervido sobre el fueguito del *fair trade*.

Para fines de los ’80, el sandinismo estaba cerca de abandonar la presidencia de Nicaragua (si más que la historia política/cafetera de un país fuera una película, aquí aparecería una placa que diría “continuará…”: volvieron al poder y todavía están allí). Su café nunca alcanzó el nivel de Guatemala o Costa Rica, pero tal vez haya sido el más inspirador para las prácticas del comercio justo, que encontraron en el grano un símbolo perfecto de las inequidades entre los dueños de la tierra y quienes la trabajan. En aquella visita a Nicaragua donde tuvo su particular epifanía, el entusiasta Paul Katzeff vio en el café un medio para transmitir un mensaje y, si es cierto que lo más extraordinario surge de la observación de la cosas comunes, al perder la mirada sobre un arbusto de cafeto encontró un sentido para la lucha: “Deambulé con los sandinistas por las montañas, donde se

libraban los combates contra los contras. Conocí a tres comandantes. Ellos me adoctrinaron acerca de la relación entre el café y la revolución”.

E. UNA INFUSIÓN CARGADA DE MISERIA Y DE MUERTE

La revolución estalló entre las calles de Palermo Viejo, si se permite la comparación entre la accidentada geografía de Centroamérica y el mapa del barrio que albergaría algunas de las cafeterías más modernas de Buenos Aires: Nicaragua, Honduras o Guatemala, donde Rigoberta Menchú, la futura ganadora del Nobel de la Paz poetizaba su infancia como hija de un guerrillero criada en las plantaciones de café. Y si la pacífica Costa Rica sufría entuertos menos sangrientos que sus vecinos y hacía prosperar su industria, en El Salvador la crisis era total. La parábola centroamericana de los años ’70 y ‘80 encontró en el paisito, el más densamente poblado del continente americano, un caso testigo: en la apretadísima síntesis de un resumen escolar, el izquierdista Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional (FMLN) reunió a los grupos políticos y guerrilleros que buscaban derrocar al gobierno militar mientras los derechistas Escuadrones de la Muerte empezaron a operar en las zonas rurales, en la búsqueda de mantener a los campesinos como bastiones del apoyo a la dictadura. Siempre del lado de aquel que mantenga el statu quo (y a los trabajadores, oprimidos), la oligarquía cafetalera se dividía entre el desembozado apoyo a los escuadrones y la exigencia de acciones estrictas pero no tan salvajes, mientras muchos obreros del café eran asesinados o desaparecidos y otros huían del país o se unían a los rebeldes.

En los fotogramas más crudos de la película *Salvador*, el director Oliver Stone enfoca la miseria intolerable en la que vivían los trabajadores rurales, descalzos y malnutridos, entre quienes se popularizaba la retórica guerrillera: “Es mejor morir rápido y luchando que morir lentamente de hambre”. Mientras los curitas tercermundistas arriesgaban la vida en su lucha contra la violencia institucionalizada (el monseñor Oscar Romero fue asesinado por un francotirador el 24 de marzo de 1980, justo un día después de dar un sermón contra los abusos del ejército y por su “opción preferencial por los pobres”), el gobierno de los Estados Unidos apoyaba la represión y la lucha feroces contra los insurgentes, con millones de dólares en armas, helicópteros, tanques e instrucción militar destinados a evitar

la aparición de otra Cuba, ahora sobre las costas del Pacífico. Poco después de la muerte de Romero, el gobierno salvadoreño, presionado por el siempre sonriente Jimmy Carter, rubicundo y afable en su estampa de cuáquero, sancionó una discutida ley de reforma agraria que, según el historiador Pendergrast, "dejaba intacta a la oligarquía cafetalera". En muchos de los municipios del país, la reforma era apenas una pantalla para disimular las matanzas del gobierno que, en la pretendida división de las tierras, rastrillaba caseríos y poblachos en búsqueda de los insurgentes. "Años atrás, la oligarquía cafetalera había cedido el poder
a los militares para mantener el orden represivo", escribió Pendergrast: "Ahora descubría que había creado un monstruo al que ya no podía controlar".

Era de esperar que ninguno de los capos del café quisiera una reforma agraria que pusiera en riesgo los beneficios millonarios que les permitían tener un yate para navegar por el Caribe o una casita en un condominio de Florida. Eso era así desde fines del siglo XIX, cuando el cultivo del café se introdujo como reemplazo del añil, el colorante extraído de una planta agónica que había sido el sostén económico durante la colonización española. Cien años más tarde, la elite cafetalera odiaba la guerrilla. Los más moderados también renegaban de los Escuadrones de la Muerte y pretendían un diálogo de paz que estableciera alguna forma de democracia con libre mercado. Pero otros, como el barón Orlando de Sola, exigía más matanzas para restaurar el orden y despreciaba a los 75.000 muertos de la guerra civil entre derechistas y revolucionarios, a los que definía como "serviles secuaces del comunismo internacional". Para 1983, la guerra tuvo nuevos bandos: los rebeldes contra los oligarcas del café. En una de sus acciones más espectaculares, incendiaron una planta de procesamiento como represalia contra un sistema injusto: las grandes fincas vendían sus productos en dólares a través del Instituto Nacional del Café, pero les pagaban a los pequeños productores en la devaluadísima moneda nacional. En la diferencia estaba el beneficio. Poco después, los rebeldes ocuparon la hacienda Regalado Dueñas y la multitud piromaníaca fue registrada en un documental donde un líder guerrillero dice a cámara: "Los dueños son multimillonarios. Estamos quemando esta propiedad porque ellos maltratan a sus trabajadores". Según algunos historiadores, muchos terratenientes celebraron acuerdos secretos con la guerrilla como método de supervivencia: aumentaron los salarios de los obreros y entregaron un diezmo a los rebeldes del FMLN, que para 1985 ya controlaba la cuarta parte de las regiones cafetaleras del país.

Cuatro años más tarde, el gesto de un heredero yanqui aceleró el compromiso de las multinacionales del café en la crisis. El

bienintencionado Robbie Gamble, tataranieto del fundador de Procter & Gamble, anunció que renunciaba a su herencia millonaria: en un viaje de autoexploración americanista, había vivido dos años en El Salvador y se horrorizó al descubrir que la empresa familiar compraba para su popular marca Folgers esos granos cultivados bajo el fuego cruzado de la guerra civil, que representaban la riqueza para los dueños y la miseria para los campesinos. En noviembre de 1989, el grupo activista Neighbor to Neighbor ("de vecino a vecino"), fundado en San Francisco, encontró en el joven Gamble el socio inesperado para el boicot que preparaba desde hacía años. Fue un efecto dominó. La superempresa Nestlé, competidora de P&G, suspendió las compras de los productos que llegaban desde El Salvador. Grupos de manifestantes echaron baldes de agua teñida de rojo en la puerta de la segunda convención anual de la Asociación de Cafés Especiales, que se había formado poco antes y que no respaldaba el boicot de una manera enérgica. Los trabajadores portuarios unidos en el principal sindicato se negaron a descargar las bolsas de café salvadoreño en San Francisco, Seattle y Long Beach y el barco tuvo que volver a San Salvador, donde el presidente Alfredo Cristiani (él mismo, productor de café) denunció a Neighbor to Neighbor de ser una "organización comunista". La cadena de supermercados más grande de Nueva York y varias pizzerías, cafeterías y restaurantes anunciaron que no venderían café Folgers: Ed Artzt, el CEO de P&G, se había negado a recibir a los activistas. Y aunque el boicot había sido muy efectivo en acciones concretas, nada generó más impacto psicológico que un breve aviso de televisión.

A fines de 1989, el actor Ed Asner (que había conocido la fama con su personaje Lou Grant en *El show de Mary Tyler Moore* y que, años después, prestaría su voz al viejo cascarrabias de la maravillosa epifanía otoñal *Up*, de Pixar), dirigía el sindicato de actores, que ponía al servicio de distintas luchas bienintencionadas, sobre todo en la defensa de los derechos humanos en el polvorín centroamericano. En el *prime time* de una noche televisiva cualquiera, Asner irrumpió con gesto serio en la tanda comercial denunciando a Folgers y a las atrocidades de El Salvador, en un aviso financiado por los activistas. El escándalo fue inmediato. La empresa Procter & Gamble amenazó con retirar la pauta publicitaria de los canales que emitieran el aviso, como aquella emisora de Boston que, asfixiada por la posibilidad de perder una inversión anual de un millón de dólares, se comprometió a no ponerlo en el aire nunca más. Gracias a unos escasos segundos de televisión en horario central, los directivos de las mayores multinacionales del ramo (además de P&G, otras como Nestlé y Philip Morris), le pidieron al Departamento de Estado yanqui que propicie alguna clase de acuerdo de paz y publicaron solicitadas en los diarios

de San Salvador donde fijaban su posición a favor de una concertación pacífica. Para 1992, la guerra civil se había cobrado 80.000 muertos y más de un millón de ciudadanos vivían en el exilio; como parte de la pacificación del país que finalmente llegó, casi la quinta parte de las tierras dedicadas al cultivo del café fueron cedidas a campesinos en zonas controladas por la guerrilla. Pero el café salvadoreño nunca pudo recuperarse del golpe, tal vez porque en el inconsciente colectivo de los bebedores se hayan hecho eternos esos segundos en los que Ed Asner decía frente a la cámara: “Boicotee el café Folgers. Es una infusión cargada de miseria y de muerte”. Y mientras hablaba, de una taza dada vuelta empezaba a chorrear sangre.

F. EL PATRÓN DEL BAR

“Tenemos que empezar a mandar muchachos a que quemen casas y a que hagan daño. Esos políticos, esos senadores… en todas partes, hermano. Al militar que nos atropelle, al policía que nos atropelle, a los jueces que nos molesten, a los periodistas… o sea, que tenemos que crear un caos muy verraco, muy verraco, pa’ que nos llamen a paz. Cuando haya una guerra civil bien verraca, nos llaman a paz. Esa es la única fórmula que yo le veo a esto”. Con la entonación musical del acento colombiano y una placidez más propia del sermón que de la arenga, Pablo Emilio Escobar Gaviria blanquea sus intenciones y reza una plegaria a la virgen de los sicarios. La voz del capo quedó registrada en los noticieros de la década del ’80, mientras las imágenes desteñidas mostraban a las víctimas de los tiroteos en las calles de Medellín. Años después, la telenovela *El patrón del mal* romantizó la figura de Escobar (“fue un poco Robin Hood”, se lo comparó), actualizó el uso popular de la palabra “verraco” (“persona desaseada, despreciable por su mala conducta o tonta, que puede ser engañada con facilidad”, según la definición de la Real Academia Española), pero aunque mostró montañas de cocaína, poco dijo sobre el café: mientras Brasil se reponía de las consecuencias catastróficas de la Helada Negra y los países centroamericanos perdían sus cosechas bajo el fuego de las guerras civiles, en Colombia los barones de la droga controlaban la décima parte de todas las fincas cafetaleras.

Entonces y ahora, el café es el negocio de *commodities* más lucrativo del mundo después del petróleo y el tráfico de armas. Casi como la droga. Para 1988, Colombia exportaba café por 1.700 millones de dólares anuales y las ventas de cocaína se calculaban en 1.500 millones. Pero después de los aumentos en el precio internacional del grano de mediados de los ’70, el café bajaba de precio cosecha tras cosecha y el temor era que, en el descalabro, muchos de los tres millones de campesinos que compartían con el folclórico Juan Valdez el noble oficio del cultivo del café quisieran volcarse a la más lucrativa cocaína. Presionado por el gobierno de George Bush (padre), que asumió como 41º presidente de los Estados Unidos en enero de 1989 y que, entre sus primeras medidas, exigió acciones urgentes y radicales para erradicar el contrabando de

cocaína, el presidente colombiano Virgilio Barco se quejó con amargura: dijo que la caída del precio del café ponía en peligro su lucha contra la droga. Aquel Acuerdo Internacional del Café que había nacido en 1963 se desactivó en 1986 porque el precio promedio se había mantenido estable alrededor de 1,5 dólar por libra. Pero después bajó a 1,4 y después, a 1,35. Y después, a 1 dólar. El dilema llegó al Senado estadounidense, que estaba presidido por Joe Biden, quien años después sería el vice de Barack Obama. El embajador colombiano tuvo que escuchar la monserga de los senadores yanquis: "¿Cómo podemos pedir a los productores rurales de América del Sur que cultiven café en lugar de hojas de coca cuando el precio que obtienen por el café se redujo brutalmente a más de la mitad durante el año pasado?", se preguntó Biden. Nadie tuvo respuesta. Desde la caída del Acuerdo, los países andinos productores de café habían reducido sus ganancias en 750 millones de dólares (para 1992, el precio habría de caer a 50 centavos por libra: apenas una moneda).

Y entonces sucedió lo que se temía. Muchos pequeños cafetaleros, ante la amenaza de la bancarrota, empezaron a producir cocaína como minúsculos engranajes del complejo sistema de protectorados del narcotráfico que, en ese país y en esos años, parecía todopoderoso y, más que nada: eterno. El mundo ingresaba en la década del '90 después de la oleada conservadora de los '80 y el neoliberalismo se asumía como la solución a los desmayos económicos de los países sudamericanos: en el frenesí por el libre mercado y con un planeta inclinado hacia el capitalismo después de la caída del Muro de Berlín, los institutos nacionales creados para el control de precios empezaron a desactivarse y los productores de café quedaron librados a la suerte de la más cruel ley de la selva: la de la oferta y la demanda. En Brasil, el Instituto del Café, que tenía un presupuesto anual de 15 millones de dólares y una extensa nómina de personal (¡más de 3.500 empleados!) cerró sus puertas y liberó a los productores para sus propias negociaciones. En los países de África, las juntas gubernamentales fueron disueltas. En las tierras altas de Papúa Nueva Guinea, se bautizó como "cosecha negra" la quiebra de las tribus ganiga que habían atado su precaria economía a la producción del café. En Centroamérica, los acuerdos de paz y el final de las guerras civiles sumergió al café en la fiebre neoliberal que hizo de los '90 la década en que Miami se veía como El Dorado.

Ahí cuando los cafetaleros ya habían sufrido varios años de precios en baja, y los costos de producción fueron mayores que los precios de venta, se declaró el acabose: algunos campesinos dejaron de podar los cafetos y abandonaron los fertilizantes porque no pudieron pagarlos. Otros talaron sus arbustos para vender las tierras o dedicarlas a cultivos más lucrativos, como la coca. En 1980, las ventas

mundiales de café habían sido de 10.700 millones de dólares anuales; una década después, eran de 6.600 millones. Esa diferencia de 4.100 millones marcó la gran bancarrota cafetalera y dio motivos para la ambición de caos que pretendían los barones de la droga. Sin embargo, para 1991, Pablo Escobar ya estaba detenido en La Catedral, su prisión particular ("la mayor vergüenza de la Justicia de Colombia", se dijo), donde gozaba de todos los lujos posibles y donde recibía a sus invitados con una taza de café de Antioquia recién filtrado (para fines de 1993 estaría muerto después de su fuga, acribillado por las balas del Bloque de Búsqueda, aunque una mitología secular lo imagine tomando un cafecito en el anonimato de alguna isla del Caribe, desfigurado por las cirugías plásticas). Con el final de su imperio también terminó una época para Colombia. Y el café, que hasta entonces era una mercancía sin personalidad, estaría listo para su etapa especial, más gourmet y menos anónima.

Las principales multinacionales no se preocuparon por los desastres económicos y por la calidad que caía en picada en los países productores y, con la angurria de la codicia, se dedicaron a almacenar toneladas de granos baratos para aprovechar los precios. En silencio, una nueva generación de tostadores artesanales hervía a fuego lento lo que se conocería como la Tercera Ola del café. En su creencia de que la gente bebería cualquier líquido oscuro que llene su taza, las grandes empresas enfocaron todos sus esfuerzos en el diseño de los paquetes o en los comerciales televisivos y se olvidaron de la materia prima que se cultivaba en Brasil, el Caribe, Uganda o Colombia. Perdieron el rumbo. "Demasiado dormidos", tituló la revista *Forbes* en un número de 1995 que advertía a los capos del café de supermercado sobre el fabuloso negocio que estaban dejando enfriar, aun cuando la cafeína y la cocaína vivieran su máximo esplendor como estimulantes poderosos: "Despierten y huelan el café recién molido". En su afán de lucro, fueron muy verracos.

CAPÍTULO 9

LA TERCERA OLA

A. LA PÉRDIDA DE LOS JÓVENES

B. STARBUCKS: LA OLA VERDE SE CONVIERTE EN UN TSUNAMI

C. LA CAFETERÍA COMO TERCER LUGAR

D. UN PASAPORTE CON MIL SELLOS

E. ¿BUENO HASTA LA ÚLTIMA GOTA?

F. LA TERCERA OLA DEL CAFÉ

A. LA PÉRDIDA DE LOS JÓVENES

Hubo un tiempo en que fue hermoso tomar café. Hubo un tiempo en que las madres y las abuelas colaban el agua casi hirviendo sobre los granos molidos adentro de una media vieja. Hubo un tiempo en que la cafetera napolitana (para nosotros, ahora y siempre, “la Volturno”) hervía eterna sobre las hornallas de una casa de Parque Chas, o de Villa Crespo o de Bernal, como señal de que el mundo podía ser hostil ahí afuera pero adentro ofrecía un consuelo cada vez que se sirviera una taza. Hubo un tiempo en que la cafetera eléctrica fue el primer electrodoméstico en la lista de regalos para el casamiento, la piedra basal sobre la que podría construirse una cocina (una casa, ¡una familia!) sólida.

Hubo un tiempo en que el café pasó de moda.

A mediados del siglo XX, el rito cultural alrededor del café fue menguando y su consumo se volvió más funcionalista que recreativo: si los trabajadores de cualquier rubro siguieron necesitando la tacita de media tarde para combatir el sopor de la siesta, para el tiempo libre otras bebidas con cafeína se volvieron más atractivas, acaso porque las campañas negativas terminaron convenciendo a las madres de que el café era una bebida nociva o porque se vinculó demasiado con el mundo del trabajo y de los adultos (como cualquier otro criado en la década del ’80, con su engorroso sistema de botellas retornables de vidrio y su precio oneroso para el presupuesto de una familia de clase media, en mi casa la Coca-Cola era un placer exótico que solo se permitía los fines de semana o en las ocasiones especiales, como un cumpleaños o un bautismo: para las comidas, agua o jugo rebajadísimo; para los desayunos, tazones de café que perseguían el objetivo de despertarnos en el cruel madrugón del colegio católico y con el agregado de la leche, que aportaba sosiego para uno de los desvelos maternos: la nutrición). Pero en los ’80, los chicos ya no tomaban mucho café. Y los jóvenes, menos. En su monumental ensayo *Teenage*, el crítico inglés Jon Savage, uno de los intelectuales que aportó interpretación y sentido al punk como ideología más que género musical, escribió que el término *teenager* (“adolescente”) recién se empezó a usar después de la Segunda Guerra Mundial y que no fue hasta 1950 que los jóvenes ingleses y estadounidenses primero, y

todos los jóvenes después, se sintieron parte de una cultura propia gracias a rockeros y beatniks. Hasta entonces no existía la adolescencia como etapa de formación sentimental ni como concepto cultural (el hombre pasaba de niño a adulto sin escalas, apenas con el trámite de cambiar los pantalones cortos por los largos) y, ahí donde la pubertad o la primera juventud se convirtieron en las bisagras de la vida, con su propia mitología, códigos y ritos de iniciación, surgió la exigencia de diferenciarse de los padres. Escuchar otra música. Leer otros libros. Mirar otras películas. Tomar otras bebidas, ya no café: "¡Es para viejos!".

La pérdida de los jóvenes empezó después de la Segunda Guerra Mundial, cuando la paz en las naciones anglosajonas provocó un aumento espectacular en la tasa de natalidad y de ese *baby boom* nacieron sus herederos, los *baby boomers*: no solo la primera generación que sintió la libertad como un derecho innato, sino también donde la adolescencia se delineó con parámetros culturales y comerciales definidos que insinuaban una explosión de consumo. Hacia ellos apuntaron Coca-Cola y Pepsi, las grandes multinacionales de las bebidas con cafeína, aun cuando siempre se hayan cuidado de no mencionar en sus comerciales al alcaloide estimulante. Aunque Frank Sinatra, ídolo de las señoritas y machito-alfa admirado por los varones, cantara en esa época "en Brasil crecen miles de millones de granos de café/ por eso tienen tantas tazas que llenar" (en "The Coffee Song", su canción olvidada que no integra ningún Grandes Éxitos), los jóvenes fueron permeables a la publicidad y si antes calentaban tazas pronto empezaron a enfriar vasos. "La industria de las gaseosas tendrá un aumento inmediato del 20% cuando termine la guerra", había pronosticado en 1944 el experto Jacob Rosenthal, el gastrónomo que llegaría a presidir el Instituto Culinario de América. Y así fue. El cambio resultó brutal. Para la década del '50 se instaló en el inconsciente colectivo juvenil la idea de que el café era una costumbre de ancianos. "Para unos 30 millones de jóvenes en edad escolar, beber significa tomar leche, cacao o gaseosas cola", se lamentó Rosenthal: "Estamos afectados por la propaganda contraria al café entre el público joven, a pesar de que las gaseosas cola, el cacao y el chocolate tienen casi tanta cafeína como el café". En su intento de interpretar la tendencia, don Rosenthal creyó que los jóvenes abandonaban el café porque temían los efectos perniciosos de la cafeína, como tanto había advertido Postum en sus avisos tremendistas. Pero esa era una preocupación de las madres; los hijos no tomaban café simplemente porque les parecía anticuado.

El golpe de gracia lo dio la revista *Time*, en su edición del 15 de mayo de 1950. Rodeada por el marco rojo que todavía hoy es el ícono gráfico de la *newsmagazine* más importante de los Estados Unidos, la

ilustración era psicodélica en su imaginería propia de un Disney pasado de alcaloides: un disco rojo con el logotipo de Coca-Cola calado en blanco tenía ojos, pestañas, una sonrisa ladina y un brazo con el que daba de tomar una botellita de gaseosa a un globo terráqueo con rasgos fisonómicos alterados por la excitación. El título y la bajada eran crípticos ("Mundo y amigo: ama esa piastra, esa lira y ese estilo de vida americano") pero el mensaje, elocuente: todo el planeta ya tomaba Coca-Cola y en los Estados Unidos la gaseosa era reina y señora. Para 1950, los yanquis bebían un promedio de 177 gaseosas por año; para 1960, la cifra había aumentado a 235 (esto fue acompañado por índices mórbidos de obesidad, en una parábola alimenticia tan concluyente como alarmante: en 1917, el 21% de los alumnos de las escuelas de Nueva York estaba desnutrido; en 2011, el 20,7% de los estudiantes tenía sobrepeso). El teléfono rojo sonó en las oficinas de la Asociación Nacional del Café estadounidense, donde se recomendó a los tostaderos que estudiaran el artículo y copiaran el modelo de negocios de Coca-Cola. Ya era imposible: la empresa contaba con el apoyo invalorable de Papá Noel y, en el furor económico de la posguerra, había demostrado la conveniencia de gastar más del doble de dólares en una botella *contour* antes que en una taza de café casero.

Si una ambición inalterable de los jóvenes es alcanzar esa entelequia de aceptación ajena que se conoce como "tener onda", Coca-Cola abrazó esa causa de la conquista de lo *cool*, no solo con su juvenil isotipo característico (justamente, llamado "la onda dinámica") sino inundando el espacio público con apelaciones a la alegría o el progreso, y comprando las lealtades de los ídolos adolescentes, un incipiente *star-system* de galancitos que estaba destinado a convertirse en una de las industrias más lucrativas del espectáculo. En 1953, el cantante Eddie Fisher, que con 24 años ya había vendido millones de discos, se convirtió en el protagonista de *Coke Time*, un programa sindicado de radio y televisión por el que ganó el premio Globo de Oro y donde se pasaron absolutamente todos los éxitos musicales del momento mientras un mensaje subliminal repetía a los espectadores pubescentes que era "la hora de Coca-Cola". En los cortes comerciales, las publicidades del café seguían mostrando a ejecutivos estresados o amas de casa fatigadas. La derrota de la infusión fue más cultural que económica: las empresas no supieron interpretar (ni seducir) a las nuevas generaciones.

"¡Todo va mejor con Coca-Cola!", se tarareaba en bares y plazas, en las calles y en las casas, para consternación de la Agencia Panamericana del Café. Envalentonada por aquel resonante éxito que tuvo con la creación del *coffee break*, intentó lanzar otra campaña (en la que se invitaba a los *baby boomers* a decorar tazas de café), pero esa

apelación al bricolaje fue un sonoro fracaso: décadas antes del concepto de "customización", los adolescentes no querían personalizar sus objetos; más bien, querían ser iguales a sus compañeros de clase y alcanzar la aceptación del otro, en tanto se valore que sea idéntico. Para la década del '60, mientras el consumo per cápita del café bajaba en todos los países occidentales (desde aquella época se mantiene estático en la Argentina en un kilo por habitante por año), una encuesta develó que "a los adolescentes no les gusta en absoluto el sabor del café y, en muchos casos, lo encuentran repugnante". En la estocada final, para 1965 dos empresas de gaseosas (Coca-Cola y Pepsi) invirtieron 100 millones de dólares en publicidad, solo en los Estados Unidos: el doble de la inversión de todas las tostadoras de café sumadas. Como prueba de la rendición, el *Tea & Coffee Trade Journal* publicó un editorial donde asumía la derrota: "Durante muchos años, el café estuvo inmerso en una lucha competitiva y lleva al menos diez años perdiendo la batalla. Ahora, por primera vez, el alcance de esa derrota se hace perceptible y no hay razón para creer que la tendencia vaya a cambiar".

No cambió: los jóvenes abandonaron el café como los turcos en su huida de Viena. Y si en los Estados Unidos se empezó a hablar de la "Generación Pepsi" como preludio de las que vendrían después (la "X", la "Y" o la "Z"), a esos hijos del boom se les debe la acusación contra el café que acaso sea la única que la época no permite: "Es una bebida sin onda". Con mis prematuros hábitos de adulto, nunca tuve que preocuparme por la aceptación de mis compañeros en la adolescencia, ellos fanáticos de la gaseosa primero en su estado virginal y, después, en mezcla etílica con el fernet: siempre fui el de las costumbres excéntricas y, entre ellas, la de tomar café a toda hora o la de insistir al cura en mi campaña inútil por llevar cafetera a cada campamento, territorio intocable del mate cocido. "En miles de tiendas, heladerías, bares y puestos de gaseosas cola, los jóvenes se reúnen a conversar, escuchar música, tal vez bailar… ¿con qué frecuencia piden café?", se preguntaba don Rosenthal en la década del '50 y él mismo ofrecía la respuesta: "Casi nunca". Solo un canto de sirena podría seducir a los jóvenes bebedores y cambiar el desinterés por fascinación. Y eso sucedió recién cuando las tazas fueron reemplazadas por los más efímeros vasos de cartón y los adolescentes, siempre en medición de virtudes y potencias, pudieron escribir sus nombres en tamaños *alto, grande* o *venti.*

B. STARBUCKS: LA OLA VERDE SE CONVIERTE EN UN TSUNAMI

"¿Usted qué cree que vendemos en Starbucks?", pregunta. Me mira. La miro. Sospecho que me está tomando el pelo y esa sospecha es la que me empuja a balbucear la respuesta, como un alumno frente a la mesa examinadora que lo pondrá en el final de la carrera y que intuye una trampa: "¿Ccccccccccafé?". Me mira con suficiencia y me dice: "Error. Vendemos La Experiencia". La primera vez que hablo con una gerenta de Starbucks ella se muestra condescendiente conmigo y maternal con los empleados (a quienes llama "partneritos" solo en forma cariñosa y nominal: son *partners*, o socios, que no comparten con los dueños las ganancias de la empresa) y se empeña en transmitirme esa idea casi religiosa según la cual, si uno está lo suficientemente abierto como para "convertir lo ordinario en extraordinario", según el subtítulo del libro *La experiencia Starbucks*, podrá hacer del *frappuccino* un ayahuasca transformador y viajar durante una hora a Miami, o a Nueva York, o a Seattle, sin salir de Palermo. En Starbucks, las diferencias se suavizan en sus superficies mullidas y las señas particulares quedan reducidas al diminutivo confianzudo ("Nic", insisten en escribir en el vaso) o a las combinaciones que deriven de la mezcla de los ingredientes: leche, natural, descremada o de soja, espuma, caramelo, jarabe, chocolate, azúcar, hielo y, al final, oculto en el fondo del vaso: un shot de café. Se lo equipara con un disparo o una erogación repentina, ¡shot!, apenas correspondiente con la idea de que en cualquiera de los más de 20.000 Starbucks que hay por el mundo uno pueda pensar que le venden café aunque más no sea como réplica a una pregunta tramposa: venden La Experiencia.

En marzo de 1971, un profesor de inglés, un profesor de historia y un escritor decidieron dar el paso que los transformaría de asalariados a cuentapropistas: abrieron una pequeña tienda de venta de café en grano recién tostado para llevar. Los tres (Jerry Baldwin, Zev Siegel y Gordon Bowker) estaban inspirados por la prosperidad comercial del empresario cafetero holandés Alfred Peet, quien había fundado una marca autorreferencial (Peet's) como pionera en el despacho de café gourmet, un berretín que se estaba instalando en la Costa oeste de los

Estados Unidos y, sobre todo, en Seattle: ¿será casualidad que la misma ciudad donde nacieron los movimientos antiglobalización haya alumbrado la revolución contra el café industrial de supermercado? "Si esta nación del Java tenía una capital, esa capital era Seattle, el hogar de Starbucks y de muchas otras compañías cafeteras", escribió Mark Pendergrast: "Es difícil ir a algún sitio, ya sea la ferretería del lugar o las tiendas del centro, sin cruzarse con un puesto de café *espresso*, o pasar por la puerta de un elegante café con una brillante máquina express en la barra". Los camioneros bebían vasotes sin salir de las cabinas de sus vehículos y, años más tarde, la sitcom *Frazier* ubicaría en Seattle al psicólogo más neurótico que sus pacientes, que despuntaba su vicio por el *cappuccino* en las interminables tertulias del Café Nervosa.

Algunos *baby boomers* estaban convencidos de que el café merecía ser algo mejor que ese líquido aguachento que se servía al costado de rutas y caminos. Como miembros de la primera generación de la historia que pudo viajar por placer y no por exigencia de la guerra o el destierro, muchos de ellos habían sido flechados en Europa por el hechizo del *espresso* ("no lograba entender por qué en el país más rico del mundo se bebía un café de tan mala calidad", se preguntaría Peet). Aquellos tres amigos habían viajado juntos a Europa al terminar la facultad y de regreso a Seattle tomaron una decisión importante: en un local de la calle Western Avenue, primero, y en Pike Place, después, fundaron Starbucks, solo para venta al menudeo de granos. Románticos y leídos, eligieron para bautizar su comercio el nombre de uno de los personajes de *Moby Dick*, la gran novela fundacional americana donde nunca se toma café, y la estampa de una sirenita que por entonces se mostraba con los pechos desnudos, el vientre abultado y una cola de dos puntas y que, con algún *lifting*, sobrevive hasta hoy. El éxito fue módico, pero instantáneo. En sus primeros nueve meses, la tiendita de Western Avenue facturó 49.000 dólares, que compensó la inversión inicial de los tres socios (1.500 dólares cada uno). Pronto abrieron un segundo local y, en 1973, el tercero. Pero el verdadero batacazo llegaría nueve años más tarde, cuando los dueños de Starbucks contrataron al que sería su verdugo.

Nacido y criado en una familia de clase media baja de Brooklyn, Howard Schultz era a principios de los '80 un joven entusiasta que exigía su derecho a recibir una porción del pastel con que se celebra la llegada al mundo de cualquier niño que nazca sobre suelo norteamericano: el *american dream*. Como representante comercial de Hammarplast, una empresa sueca de plásticos, se preguntaba por qué una pequeña cadena de cafeterías de Seattle, por entonces ya con seis locales, le encargaba la compra de tantos vasos térmicos. Y cruzó el país, de este a oeste, para encontrar una respuesta. En la Starbucks

original quedaban dos dueños (Siegel había vendido su parte) y se dedicaban a proveer de café en grano a los clientes más entusiastas y a los restaurantes de la ciudad. Pero Schultz vio la posibilidad de algo más, así como Baldwin y Bowker encontraron una llama encendida en la mirada del joven viajante de comercio, al que contrataron en 1982 como gerente de marketing y al que, en septiembre de 1983, enviaron en comisión de servicios a una feria de artículos para el hogar en Milán, donde descubrió las cafeterías italianas. "Fue una epifanía", dijo: "Era tan inmediato y físico que empecé a temblar. ¿Por qué no servir el café de Starbucks como en Italia? ¿Por qué no crear lugares de reunión?".

De regreso a Seattle, trató de transmitir a los dueños el entusiasmo que había vivido en la tierra del *espresso* pero ellos, más bien modestos y poco ambiciosos, no quisieron reconvertir sus tiendas de despacho al peso en cafeterías para que el público se eternice en las mesas. Para reforzar su idea del negocio, compraron la empresa Peet's del viejo Alfred y eso se develó como la primera ficha en caer en el dominó de las malas decisiones: se endeudaron por millones y perdieron a Schultz, que se fue de Starbucks para abrir Il Giornale, una cafetería propia de estilo italiano que copió su nombre del título del diario milanés. El fracaso de unos y el éxito del otro fueron proporcionales: mientras Starbucks se hundía en deudas, Il Giornale servía café a más de mil clientes… ¡por día! Algunos se animaban al *espresso* reconcentrado pero otros exigían bebidas más suaves y Schultz los inició en el consumo del *latte*, ese vasote de leche y espuma que genera una sensación de saciedad. Y ahí donde los italianos tomen el café parados, en Il Giornale habría sillones cómodos; y cuando escuchen ópera, allí sonaría jazz. El hábil Schultz interpretó los gustos de los estadounidenses (ciudadanos simples y prácticos, que hacen de la comodidad una de sus mayores ambiciones y del ahorro de tiempo, una filosofía de vida) y los explotó en sus cafeterías, en las que hoy se ofrece la ilusión de pasar un rato en Norteamérica aunque jamás se haya tramitado el pasaporte. Ahogados por las deudas y heridos por el éxito de su ex protegido, los dos dueños de Starbucks terminaron vendiendo la empresa a Schultz: enamorado de la marca, cambió el nombre Il Giornale por Starbucks y, a los 34 años, se convirtió en el *self made man* de dientes perfectos que las revistas de negocios adoraron exhibir como caso exitoso: dueño de siete cafeterías, prometió que, entre sus planes inmediatos, estaba la ambición de abrir 25 más. Y después, inundar el país con café.

El resto, si no es historia conocida, puede imaginarse. El crecimiento geométrico. El entusiasmo vendedor de Schultz, que congregó a socios inversores de distintos ramos que fueron temerarios

en la inyección de capital de riesgo. El reclutamiento de ejecutivos de otras cadenas gastronómicas, que dejaban McDonald's, Burger King, Taco Bell o Wendy's para sumarse a la fiebre que haría de Starbucks la empresa cafetera más importante del mundo, seducidos por un ambiente más sofisticado, de alfombras, jazz y sillones, en lugar de las aparatosas sillas de fórmica con respaldo recto, y con la provinciana idea que los yanquis tenían de lo que era "ser europeo". La publicidad boca a boca. La salida a la Bolsa, el 26 de junio de 1992, que cotizó a la empresa en 273 millones de dólares (cinco años antes, Schultz había pagado menos de 4 millones por ella). La apertura en 1996 del primer local fuera de los Estados Unidos, en Tokio. Y otro más después, en Leeds, Inglaterra. Y cuando el frenesí estuvo a punto de hervor y Schultz se convirtió en el gurú del *latte* y el *frappuccino*, se sacralizó La Experiencia.

Alrededor del mundo empezó a celebrarse un culto en torno a Starbucks, que equiparaba el ambiente amable de sus cafeterías con una visión positivista de la vida, como puede leerse en el libro de autoayuda *Cómo Starbucks me salvó la vida*, en el que el autor Michael Gates Gill cuenta su parábola como un ejecutivo publicitario que, acostumbrado a vivir en la opulencia, pierde todo y recupera lo esencial cuando empieza a servir café en un Starbucks: "Fuera del mundo artificial y competitivo en el que había vivido hasta entonces, pude acceder, por primera vez, a mi verdadero yo". Si el libio Muammar Kadafi escribió su *Libro verde* como versión alternativa del *Libro rojo* de Mao, y como manual doctrinario para sus seguidores, en Starbucks se estudia el *Libro del delantal verde*, un instructivo que explica el "deber ser" de un *partner* aplicado: "Ser acogedor, ser auténtico, ser conocedor, ser considerado, ser partícipe". Según Pendergrast, Starbucks empezó a convertirse en una especie de culto y sus jóvenes empleados eran instruidos en cursos de 25 horas donde se machacaba sobre las reglas de la compañía: "Los miembros de la Generación X, que estaba de moda, tenían que quitarse las tachuelas o los aritos de la nariz, los labios o la lengua, y ningún empleado podía usar colonia o perfume que pudiera interferir con los aromas del tostado". Algún ritual cabalístico los animó a encontrar en el color verde un amuleto y en los prendedores para el delantal, un sistema de condecoraciones, así como a repetir el número cinco: como las cuatro nobles verdades del budismo, la empresa ofrece una instrucción para la vida en Los Cinco Grandes Principios: "Hacer propio el negocio; saber que todo tiene importancia; sorprender y deleitar; aceptar la resistencia; dejar la huella". Con el sentido común de la literatura de autoayuda, los postulados serían tan vagos y útiles como para mejorar la operación comercial de una cadena de cafeterías o para convertirse en el más popular de la clase.

En su pretensión de familia grande, Starbucks también dio beneficios sociales a los empleados (como la opción a la compra de acciones, de ahí lo de *partners*) y, al menos en los Estados Unidos, fue la empresa que más dinero aportó a la organización caritativa CARE, con la expresa indicación de que sus remesas de dólares llegaran a países pobres productores de café, como Indonesia, Guatemala, Kenia y Etiopía ("algunos decían que la cadena obtenía una enorme publicidad positiva con muy poco gasto, donando menos del 0,2% de sus ventas netas", relativizó Pendergrast). Para mediados de la década del '90, el cliente promedio consumía una bebida de Starbucks dieciocho veces por mes, mientras los estadounidenses repetían su nombre como sinónimo de "café", sin que hayan hecho una sola campaña nacional de publicidad, y la revista *Fortune* convertía a Schultz en su personaje de tapa, bajo el título "Muele el café y lo convierte en oro". Starbucks estaba en todas partes: en los aviones de United Airlines, en el programa de Oprah Winfrey para promover campañas de alfabetización, en las librerías Barnes & Noble siempre que los clientes quisieran hojear un libro en compañía de un *latte*, en cadenas de hoteles y en líneas de cruceros, en las góndolas de los supermercados con sus botellitas de café frío y en todas las avenidas principales de las grandes ciudades. Y fue justo entonces que la ola verde se convirtió en un tsunami.

"En 2007, Starbucks por primera vez en su historia era vulnerable", confesó Schultz en su libro *El desafío Starbucks: cómo Starbucks luchó por su vida sin perder su alma*: "En los últimos años había seguido una política empresarial focalizada en el crecimiento y había abandonado sus valores fundacionales –la conexión con los *partners* y con los clientes, la alta calidad de sus productos, la Experiencia Starbucks en definitiva–, además se vio amenazada por una serie de transformaciones externas –hundimiento del mercado inmobiliario, desempleo, cambios en los hábitos de consumo, recesión mundial–, que unidas a la revolución digital ponían en peligro su futuro inmediato. Se hacía necesario un cambio de rumbo". De manera sorpresiva, con los inexplicables vaivenes en las lealtades de los clientes, la empresa empezó a perder parte de su mística y se volvió un poco menos *cool*. "Un martes por la tarde del mes de febrero de 2008, Starbucks cerró todas sus tiendas en los Estados Unidos", cuenta *El desafío Starbucks*: "Una nota explicaba la razón de 7.100 puertas cerradas: 'Nos estamos tomando un tiempo para perfeccionar nuestro café. Preparar un gran café requiere práctica. Por eso nos estamos dedicando a perfeccionar nuestro oficio". Ante el riesgo de convertirse en un gigante caído, Schultz reasumía el cargo de CEO que había abandonado en épocas más venturosas para dedicarse a funciones protocolares. Convencido de que nadie más que él conocía

su negocio de una manera certera, combinó las medidas ortodoxas de salvataje (trucos financieros para una agresiva expansión internacional, planes de despidos o retiros voluntarios, el cierre de casi mil sucursales y rebajas de salarios) con otras más heterodoxas, como suspender la venta de sándwiches calientes cuando descubrió que el olor del queso quemado tapaba el aroma del café.

Con su ubicuidad imparable, Starbucks llegó a 64 países y cosechó críticas de todo tipo, pero las más repetidas fueron las de los profetas contra la globalización, que denunciaron el colonialismo cultural que exterminaría los cafés de barrio para irrumpir con la fanfarria de las banderas verdes y una multitud de "partneritos" entusiastas ahí donde un mozo de bar de viejo hacía de la casaca blanca un uniforme distinguido. "Sin duda tiene el mérito de haber rejuvenecido la imagen de una semilla que había sido degradada", defiende Pendergrast. Y es cierto: los pibes hiperconectados que la modernidad bautizó como *millennials* adoraron Starbucks e hicieron del café un postre calórico más que una infusión sintética. El folclore cuenta que Schultz se puso a llorar en la inauguración del primer Starbucks en Tokio, al ver a los japonesitos en fila bajo el sol en un día de 35 grados, solo para probar su café. No hay registros de que se haya emocionado aquella tarde helada de mayo de 2008 en que los porteños hicieron dos cuadras de cola alrededor del shopping Alto Palermo para tomar su primer *vainilla latte*. Yo estuve ese día. En la excitación de la inauguración, una gerenta me preguntó qué creía yo que vendían ahí y enseguida descubrí el truquito retórico: si La Experiencia se reduce a este rato en un lugar que podría estar en Seattle o en cualquier otra parte, pronto aprendí que el vaso más bajo de Starbucks se llama "alto" y que, con el nombre, sugiere abundancia donde hay más bien poco.

C. LA CAFETERÍA COMO TERCER LUGAR

"La cafetería es el lugar ideal para la gente que necesita estar sola pero necesita compañía": la frase resume la filosofía de vida de aquel que depende del runrún para leer, escribir o conversar. En 1989, el sociólogo estadounidense Ray Oldenburg publicó el libro *The Great Good Place* ("El gran buen lugar"), donde rumiaba el lamento por la desaparición de los viejos lugares comunitarios de encuentro (la heladería, la barbería) en tanto las ciudades se hicieran cada vez más grandes y despersonalizadas y, a la vez, alumbraba un concepto que consideraba vital para la vida en sociedad: el "tercer lugar". Mientras el francés Marc Augé bautizaba como "no lugar" cada espacio de tránsito, sea el aeropuerto, el centro comercial o la autopista, donde el hombre cumple una tarea impersonal y no construye historia ni sentido, el tercer lugar era un espacio ajeno pero que se hacía propio a través del hábito y la rutina. Para Oldenburg, que dedicó todo un capítulo de su libro a los bares, "la supervivencia de la cafetería depende de su habilidad para satisfacer las necesidades actuales y no las de un pasado romántico".

Si los antiguos *kahve kaneh* árabes o las "universidades del penique" inglesas pudieron considerarse herederas del ágora griego, ¿qué deberían tener las cafeterías del siglo XXI para convertirse en ese mítico tercer lugar, el espacio después del hogar y la oficina? Según Oldenburg, la estadía allí debería ser gratuita o muy barata, tendría que ser accesible a pie desde casi cualquier parte de la ciudad, sería muy cómoda en sus instalaciones y amable en su servicio, combinaría un elenco estable de habitués con visitantes eventuales, permitiría el encuentro con viejas amistades y estimularía la creación de otras nuevas y se apreciaría que ofreciera comida o… café. Todo lo que tenía Starbucks. Siempre en la búsqueda de motivos que alimenten La Experiencia, el ya multimillonario Howard Schultz se convirtió en un militante del libro de Oldenburg e hizo propio el concepto de "tercer lugar", al punto de que hoy la *Wikipedia* lo consagra como autor de la idea. Revulsivo en su reescritura de una doctrina peronista para el hombre de bien ("de casa al trabajo y del trabajo a casa"), Schultz empezó a decir que, después del hogar y la oficina, "Starbucks es una extensión del porche de casa".

El tercer lugar se develaría como un espacio vital para la interacción horizontalista de los habitantes de las ciudades, en tanto nadie se sienta obligado a estar (solo los que trabajan allí, para quienes ese espacio sería el segundo lugar), no existan jerarquías y pueda apreciarse un clima hogareño aunque uno no esté en su casa. El hombre aferrado a sus rutinas, como precario sistema de control en el desorden del mundo, encontrará cierto sosiego cada vez que entre al bar y, sin mediar diálogos, el mozo le traiga "lo de siempre" (para mí, un *espresso* bien corto, casi *ristretto*, en el nostálgico bar de la vuelta de mi casa, donde pasé algunos de los momentos más trascendentes e irrelevantes de mi vida reciente). El parroquiano hará de su mesa el atalaya desde el cual observará las módicas extensiones de su mundo (la esquina, la avenida) y del diálogo con otros habitués como él, un debate con filosofía de café (no por poco académica menos certera). Nada de esto sucede en Starbucks. En su crecimiento mastodóntico, la cadena se terminó volviendo anónima e impersonal como McDonald's o Burger King (en Latinoamérica, son franquicias de la misma casa matriz de origen mexicano) y, aunque en sus tiendas porteñas puedan encontrarse bebidas preparadas con dulce de leche, no existen mayores diferencias en el menú, el servicio o el diseño arquitectónico, con una cafetería de Cancún o de Dubai. ¿Starbucks renunció a la ambición de ser el ágora de la vida contemporánea? "Schultz no está en el negocio para proveer a la comunidad sino para ganar dinero", razona Mark Pendergrast. "A mediados de los '90, la compañía abría un promedio de una tienda por día hábil, e intentaba encontrar los lugares adecuados estudiando las características demográficas de los clientes que hacían sus pedidos por correo". Ahí donde hubiera un local vacío y un flujo alto de transeúntes, en pocos días el terreno se colonizaba con una bandera verde.

Pero aun sin añorar un "pasado romántico", como decía Oldenburg, algunas cafeterías modernas volvieron a proponerse como espacios comunitarios. Según varios sociólogos, la virtualización de la época hizo que las redes sociales sean ahora el tercer lugar (es sintomático que, en los teléfonos o las tabletas, la aplicación *Coffitivity* reproduzca en *loop* el sonido ambiente de una cafetería típica, como compañía para el solitario o ruido blanco para el que necesita el runrún para concentrarse). En la analogía entre las computadoras y la vida, se dijo que "Starbucks es el Microsoft de las cafeterías": en su uniformidad corporativa y su escaso atractivo para quienes aprecian el diseño, perdió la magia. "¿Se acuerdan de cuando Starbucks era *cool*?", se preguntó el periodista de nuevas tecnologías Will Oremus en la revista estadounidense *Slate*, con la retórica de la provocación: "Abrió en Seattle en los '70 como un tostadero especializado, una alternativa a la moda frente a la bazofia genérica predominante. Su

antiguo empleado Howard Schultz la compró en 1987, y con la ayuda de inversores, se embarcó en una ambiciosa expansión nacional. Starbucks conquistó el país, después el mundo y transformó el café en América de un *commodity* a una obsesión. Pero el precio de esa conquista es la autenticidad. Lo que alguna vez fue una novedad (la decoración cálida, la música amable, el léxico falsamente italiano) se volvió banal. Hoy, los esnobs del café prefieren esnifar un poco de Sanka antes que poner un pie adentro de un Starbucks".

Si es cierto que la búsqueda de una taza de café especial se volvió casi una religión en ciudades como Nueva York, Londres o Melbourne, las cafeterías que se postulan como santuarios para esos feligreses son minimalistas en su diseño y sintéticas en su oferta, sin caramelos, jarabes ni azúcares en toneladas. En su negativa a ofrecer wi-fi o enchufes para conectar la computadora, y en su rechazo a servir el café en ningún recipiente que no sea una taza de porcelana o preparar bebidas que no tengan gusto a café, reviven el espíritu del bar como tercer lugar: convocan a fanáticos del buen café y la buena charla, que suelen ser los mismos (tal vez como reacción a la despersonalización surgida de la omnipresencia de Internet y de comercios sin alma ni espíritu), con un mobiliario casi espartano y la absoluta adoración a la máquina express que se convierte en el centro del espacio, como el viejo fogón con su *ibrik* de los *kahve kaneh* o el samovar en las casas de té rusas. Sus habitués son devotos de los cafés "especiales", una corriente ligeramente esnob que nació en los '80 y alcanzó su punto de ebullición en el ingreso al tercer milenio. Comparten datos de granos raros, fincas remotas y variedades exóticas, y hacen del *espresso* su fetiche. En la nueva cafetería como tercer lugar se vuelve a rendir tributo al café como estimulante intelectual y se destierra al sándwich caliente y, aunque no es exclusiva en su admisión, el parroquiano de ley observará con sorna al desprevenido que pida un tostado y, en la falta, pueda preguntarse: "¿Quién se ha llevado mi queso?".

D. UN PASAPORTE CON MIL SELLOS

"Para mí, un Indonesia Sulawesi Toarco Toraja".

El gesto universal de dibujar una letra "c" con el índice y el pulgar se puede interpretar en cualquier parte del mundo pero, en algunos lugares, resume muchas más posibilidades que aquellas derivadas del simple acto de pedir "un café". Se habla de "tostado oscuro" o "tostado ligero", de "grano de origen" o de "*blend* de la casa", de "comercio justo", de "crecimiento a la sombra", de "descriptores aromáticos". El ritual automático, inconsciente e irreflexivo de tomar un café se transformó en una clase singular de *expertise* desde que se multiplicaron las opciones de especies, zonas, países, regiones, fincas, cultivos, lavados o tostados: los entendidos empezaron a atesorar sus "cafés especiales" como respuesta al producto berreta que se vendía en los supermercados y ahí donde en la vida el adjetivo "especial" sea lo menos especial posible (por impreciso, vago y trillado: en definitiva, por común), en el café define una categoría propia que nació un día de 1974 cuando la revista especializada *Tea & Coffee Trade Journal* publicó por primera vez la expresión: en una entrevista con Erna Knutsen, una noruega infatigable que había destinado su vida a recorrer el mundo en la búsqueda de variedades exóticas de café, ella bautizó como "cafés especiales" a sus hallazgos mayores: un Kaloosi de las islas Célebes, un Yrgacheffe de Etiopía y un Moka de Yemen. En una queja agria contra los mediocres productos de las multinacionales, Erna apreció que "está surgiendo un grupo de gente joven que sabe valorar el café". Así era en la California de la década del '70, embebida del hippismo como réplica al consumismo descontrolado y con el café revalorado como una bebida del pensamiento y un placer modesto al que cualquiera podía acceder: el lujo de lo posible. Si en la interpretación de Andy Warhol, la Coca-Cola es el producto más democrático de la historia, porque por primera vez el Presidente, Liz Taylor y el mendigo de la esquina toman lo mismo, también hay que decir que no hay demasiados cafés para millonarios (sí hay vinos, espumantes o whiskeys). En la California setentista, y en muchos lugares ahora, una idea pedestre del lujo se asoció con disfrutar de experiencias cercanas o con gozar del tiempo: cinco minutos para degustar un café, treinta

para dormir una siesta.

A fines de esa década, en algunos rincones de los Estados Unidos empezaron a florecer pequeños tostaderos de "cafés especiales" y la industria editorial vivió un módico boom con la publicación de varios libros sobre la cultura, la botánica o el negocio del café, aunque el *Tea & Coffee Trade Journal* prefería seguir entrevistando a los gerentes de las multinacionales porque, se creía, el flamante interés por lo exótico era una moda pasajera como el hula-hula o los Sea Monkeys. Con la fruición por el dato de cualquier *nerd* que comparte un saber específico con otro, una pequeña comunidad de adoradores del grano se intercambiaban informaciones sobre cosechas raras o máquinas express para el consumo hogareño, tal vez como un pequeño acto de sedición en el imperio del filtro: en los '70, la mitad de las 10 millones de cafeteras que se vendían en los Estados Unidos eran eléctricas, con sistemas de goteo (en la Argentina, más de la mitad del café que se tomaba era instantáneo). Con marcas como Mr. Coffee, Braun, General Electric o Melitta, entre muchas otras, las máquinas de filtro resultaban ideales para preparar el café americano aguado que se prefería en hogares y oficinas, pero insuficientes para la creciente pasión por el *espresso* que tomaba la Costa oeste, con pioneros como Erna Knutsen, Paul Katzeff, aquel entusiasta defensor de la revolución nicaragüense, o Alfred Peet, el inmigrante holandés que cumplió con la parábola californiana: llevó desde Ámsterdam hasta Berkeley su pasión por los cafés raros (y, algunos años antes de la burbuja tecnológica de Palo Alto, gracias a la cual el inventor de cualquier algoritmo podía convertirse en millonario en una fracción de bit, vendió su *start up* a una empresa ya con ínfulas de multinacional: la primera Starbucks). Ellos importaron sus experiencias mundanas a los Estados Unidos y encontraron un público pequeño, pero muy leal, que hizo del café una manera de conectarse con destinos lejanos. "Los cafés estadounidenses tomaron como modelo, con mayor o menos fidelidad, la típica barra de café *espresso* italiana", escribieron los historiadores Bennett Alan Weinberg y Bonnie K. Bealer, definiendo un fenómeno que años después llegó a Inglaterra, a Australia y, ahora, a Latinoamérica: "Una importación de las barras de café italianas es el 'barista', un hombre que hace su carrera como manipulador de las máquinas de café *espresso*". Siempre ninguneado en el escalafón gastronómico, el barista empezó a cotizarse como un experto de su saber específico, al poder calcular el agua o ajustar la presión de la máquina, casi una extensión de su cuerpo, en la exigente tarea de preparar un *espresso* con la temperatura justa o el volumen exacto de espuma.

Según Mark Pendergrast, este interés por los cafés especiales encontró una aliada inesperada en la Helada Negra de 1975, que hizo

disparar los precios internacionales del grano común: “Los consumidores empezaron a darse cuenta de que con solo un poco más de dinero podían comprar un café de sabor realmente bueno”. Se inició el culto. Abarrotadas de tolvas con banderitas impresas, las tiendas eran atendidas por sus propios dueños, cuentapropistas entusiastas que respondían a nombres de vecinos amables como Erna, Paul o Alfred, y que compartían con los clientes información sobre países, fincas o tostados. También vendían rutilantes prensas francesas de vidrio Bodum, molinillos manuales de precisión alemana o cafeteritas napolitanas de marca Bialetti. Y mientras las asociaciones nacionales cafeteras seguían dedicándose al *lobby* a favor de las multinacionales, los pequeños tostaderos fueron ignorados. Si es cierto que, al menos hacia finales del siglo XX, cualquier producto que primero tuviera éxito en Norteamérica estaba listo para replicar ese éxito en cualquier parte del mundo, una nueva era se iniciaba. “Para 1980, los cafés especiales ya estaban arraigados en las grandes ciudades de las costas este y oeste de los Estados Unidos y habían comenzado a invadir el interior del país”, escribió Pendergrast. Y lo que empezó como una reacción *hippie* se convirtió en un fenómeno *yuppie*: con su obsesión por los trajes de corte italiano y las tarjetas personales con caracteres en relieve, el psicópata americano típico adhirió a la nueva causa cafetera más como una manera de diferenciarse del montón que por una valoración genuina. En los almuerzos de trabajo en restaurantes cinco tenedores de Manhattan o Los Ángeles, se introdujo la discusión sobre los aspectos aromáticos de la variedad Kona de Hawai y conseguir un cuartito de Jamaica Blue Mountain se develó imperativo para aquel que quería algo, y lo quería ya. “Los puristas de los cafés especiales estaban horrorizados”, escribió Pendergrast: “Pero no faltaban entre ellos los que aseguraban que ese tipo de consumidores terminaría por ‘graduarse’ y preferir los granos de distintas variedades”.

En 1982, con la logística de una reunión cumbre entre las *famiglias* de las dos costas, los idealistas del café especial se reunieron en San Francisco, con la intención de agrupar a los que compartían intereses similares. Desde Nueva York viajó Donald Schoenholt, ya venerado como el “padre del café americano”, y por California estuvo el sonriente Ted Lingle: en representación de otros cuarenta tostaderos artesanales, rubricaron los estatutos para crear la Specialty Coffee Association of America, que todavía hoy se mantiene como árbitro internacional para juzgar calidades y atributos de los cafés especiales. En un mundo acostumbrado a tomar infusiones mediocres, y con bebedores que no anhelaban la experiencia satisfactoria por desconocimiento (¡nunca habían probado un café bien hecho!), la misión era ímproba. En la amarga comparación de Schoenholt se

apreciaba la dificultad comercial, cultural y hasta psicológica que entrañaba la idea de vender café de calidad mientras las marcas de supermercado seguían importando las peores cosechas del Brasil y se proponían pisotear cualquier aspiración gourmet: “Es como intentar el ascenso al monte Everest en zapatillas”.

“Para mí, un Indonesia Sulawesi Toarco Toraja. Para él, un Costa Rica Tarrazú finca La Minita. Y la cuenta”.

Desde aquella firma fundacional, algunas cafeterías especializadas de Nueva York o de Londres, de Melbourne o de Buenos Aires, coleccionan cafés de destinos exóticos como los pasajeros frecuentes que compilan sellos en un pasaporte. Si una botella de whisky puede costar desde 20 hasta 20.000 pesos, en el café la brecha de precios es mínima y la diferencia entre una buena o una mala infusión depende más de “las cuatro m” de las que se habla en el ramo (materia prima, molienda, máquina y mano del barista) que del marketing o la idea de lujo que deriven de una etiqueta en tanto sea negra, dorada, plateada o verde. Como su antigua archienemiga, la Coca-Cola, el buen café se convirtió en un placer democrático siempre que se lo sepa preparar, aunque existan algunos pocos dispuestos a pagar una pequeña fortuna por un café que sea una asquerosidad.

E. ¿BUENO HASTA LA ÚLTIMA GOTA?

"¡Este café es una mierda!": la imprecación que el mozo resignado habrá escuchado del cliente colérico cada vez que se haya quemado el *espresso*, ahora es indiscutible como toda afirmación veraz. El café más caro del mundo es una mierda, literalmente. En Indonesia o en Filipinas, una próspera industria del desecho hurga en las deposiciones de unos animalitos que comen y evacuan los mejores granos de café y, con ellos, prepara (¡y vende!) una bebida tan exótica como disparatada en su precio: cien dólares la tacita. En Tokio, en Beijing o en Dubai, los millonarios transforman el asco en placer y jamás se quejan, más bien: reclaman el brebaje que pueda estar a la altura de sus exotismos, en tanto tengan teléfonos bañados en oro o máquinas que dispersen las nubes, y eliminen las posibilidades de una lluvia traicionera, cada tarde que quieran jugar al golf.

Por los exuberantes montes selváticos del sudeste asiático campean las civetas (*paradoxurus hermaphroditus*, en su nombre científico), unos mamíferos carnívoros de hocico puntiagudo y pelo hirsuto, como unas pequeñas comadrejas grises que tienen un berretín alimenticio: los granos de café crudos, que el rancio Imperio holandés comerciaba en las islas de Java y Sumatra en los tiempos de las Indias Orientales, y que los jesuitas españoles extendieron por Filipinas allá por el siglo XVIII. Aunque pueda parecer un gato montés (y un pariente cercano sea conocido como el "gato de algalia"), la civeta no es un gato. Pero tiene la agilidad para trepar entre los arbustos y comer, además de los roedores más lentos, aquello que considera su mejor botín: bulbos, nueces y frutos, entre los que valora más que ninguna otra cosa los del cafeto. ¡Ah, placer supremo! Las bayas rojas del café, con su mucílago aterciopelado y su pulpa sabrosa, son manjares más valiosos que todos los caviares del mundo. Acaso por una debilidad en los dientes o por lo voraz de su apetito, y aquí radica el motivo secreto de esta maravilla infrecuente, las semillas pasan a su sistema digestivo sin ser masticadas ni trituradas. Se dice que unas enzimas raras, presentes en su estómago, añaden un sabor ácido al grano cuando anulan las proteínas que producen el amargor característico.

En el sudeste asiático, una industria floreció entre las heces, con

hordas de trabajadores mal pagos hurgando en la materia fecal de las civetas para encontrar ese grano adulterado en su química, intacto en su forma, cotizado como ninguno en su valor comercial: el Kopi Luwak (en indonesio, *kopi* significa "café"; y *luwak*, "civeta") se prepara a partir de esos granos tostados, se empaqueta en un puñado de marcas comerciales que lo exportan al Japón, China y los Emiratos Árabes, y confirma la excentricidad como exigencia para aquel que quiere lo que tienen muy pocos: si el café común es democrático en su consumo (lo toman los ricos y los pobres), de esta variedad se dice "que no es para todo el mundo". Y en esa rareza está la tara del que desea ser distinto por un puñado de dólares. Según los investigadores Weinberg y Bealer, "aun cuando algunas personas afirman que su sabor y aroma a moho son deliciosamente fuertes y acaramelados, a otras les parece cargado y repelente". Los que probaron dicen que la bebida sabe a caramelo pero los expertos advierten que hay mucha "falsificación" (no es mi caso: una bolsa de medio kilo llegó alguna vez a Buenos Aires, adonde se vendió por 250 pesos la taza, para regocijo de los noticieros vespertinos que enviaron a sus cronistas a especular sobre la novedad. Me negué a pagar semejante cifra: soy fanático, pero no inconsciente).

Entonces, ¿somos lo que tomamos? En su exotismo, el Kopi Luwak se convirtió en un mito contemporáneo, como muestra la película *Antes de partir* (*The Bucket List*, 2007), en la que el siempre excedido Jack Nicholson, en el papel de un enfermo terminal multimillonario, se propone beber un termo de ese café raro entre las últimas cosas por hacer en este mundo. Si un folclore de la rareza gastronómica, acaso la única aventura que se permita el habitante de las grandes ciudades en esta época, habla de obsesivos rastreadores que buscan bolsitas del grano digerido por una civeta y pagan módicas fortunas por ellas, en distintas latitudes proliferan los vivillos que quieren su tajada del filón. En el norte de Tailandia, el café Black Ivory se produce al utilizar granos de café tragados y evacuados por elefantes, digeridos durante setenta horas y surgidos de una ecuación que los hace carísimos: de treinta kilos que se les dan a los elefantes surge apenas un kilito que los caficultores deberán encontrar como pepitas de oro entre montañas de mierda. En la India, el "café del mono" es una tradición que perdura desde el siglo XIX y del que se dice que es muy fino porque los simios eligen solo las bayas más maduras y, ahí donde no haga falta adiestrar al animal para que haga sus monerías, un lucrativo comercio negro especula con el instinto como argumento para vender "el mejor café del mundo" que el pobre mono encuentra sin necesidad de instrucción. En Perú, la variedad Uchuñari de Puno, a través de la marca comercial Achuni Coffee, vende en pequeñas bolsitas dedicadas a una clientela selecta los

granos todavía verdes que fueron evacuados por los coatíes, hacinados en jaulas e inflados como elefantes tailandeses en su ingesta continua de granos de café.

Y mientras el principal organismo islámico de Indonesia haya aprobado el consumo del Kopi Luwak entre sus fieles, siempre que los granos sean lavados con celo, las organizaciones defensoras de los derechos de los animales habrán denunciado la crueldad en la persecución del beneficio: "Animales enjaulados, mal alimentados y con comportamientos erráticos son algunas de las prácticas enraizadas en la industria del café de civeta, recolectado de las heces de este felino, y considerado el café más caro del mundo", dijo People for the Ethical Treatment of Animals (la poderosa PETA, o "gente por el tratamiento ético de los animales", una ONG que estimula el vegetarianismo entre las celebridades más jóvenes de Hollywood y tiñe a la fuerza los tapados de piel natural de las más viejas): "Es una industria casi sin regulación. Hay poblados en Indonesia en los cuales toda la población está involucrada en la producción del café de civeta y cada familia suele tener de diez a veinte animales enjaulados". En el cautiverio, los bichos sufren falencias nutricionales, pierden parte de su pelaje por el estrés del encierro y, fatalmente, mueren jóvenes. No hay demasiadas diferencias con los talleres clandestinos de Bangladesh o del Bajo Flores donde se producen pantalones que se venden a cien dólares: si una legión de esclavitos de panzas abultadas sostienen el negocio textil desde un sótano (y una legión de panzas chatas sostienen el negocio de la moda sobre una pasarela), con el café de civeta se traza una parábola similar: muchos dan todo lo que tienen para que unos pocos disfruten. La comparación no es exagerada para cualquiera que haya visto el aviso comercial de una marca estadounidense que distribuye las escasísimas bolsas de Kopi Luwak que llegan hasta las costas de América. En plena faena digestiva, el animalito mira sorprendido a cámara y posa con una taza debajo del trasero, mientras el eslogan confirma que todo negocio será rentable siempre que haya alguien para ser exprimido: "Bueno hasta la última gota". Algún culo va a sangrar.

F. LA TERCERA OLA DEL CAFÉ

¡Por Belenos! ¡Por Tutatis! Me encomiendo a los dioses cada vez que recuerdo, y eso sucede a cada minuto, que mi adicción por el café me trajo hasta Avenches, en Suiza, un caserío remoto de apenas 3.000 habitantes con calles de piedra y casitas de techo a dos aguas, fundado por los romanos en la época del Imperio y entonces conocido con el nombre de Aventicum. Con su arquitectura casi intacta, el visitante soñador puede imaginar encontrarse aquí con Asterix o con Asuranceturix o con cualquiera de los habitantes de esa aldea poblada por irreductibles galos que, junto con el reporterito belga Tintín, enmarcaron entre los estrictos límites de miles de cuadritos mis ansias juveniles de aventuras. Estoy en Avenches para visitar la fábrica de Nespresso, una mole espacial que produce 8.000.000.000 de cápsulas de café por año, que viajan desde las bucólicas montañas suizas hasta destinos muy lejanos. Si la "máquina de Dios" opera en las afueras de Ginebra, la ciudad internacional de las mil siglas donde los organismos mundiales se eternizan en la placidez de su neutralidad, aquí me siento en el Paraíso: nomás bajar del minibús que recorre con velocidad suiza (lenta) los 120 kilómetros que separan Ginebra de Avenches, el aroma a café invade el pueblo y pega una cachetada embriagadora. Entro a la fábrica con la ilusión de un niño en su primera visita escolar al lugar donde se hacen las galletitas que come en la merienda y se me indica que, como cualquier otro visitante, debo abandonar teléfono, reloj, anillo y todo objeto que la impericia de una manito torpe pueda dejar caer adentro de una máquina. En dos minutos estoy vestido con un mameluco marroncito y, si para el maestro Tom Wolfe el "beige" era el color metafórico para pintar el menos inspirado ejercicio del periodismo, aquí no tengo vergüenza de mostrarme como un periodista-café-con-leche.

Hacia el final del día, en la fábrica de Nespresso se habrán producido millones de cápsulas, pequeños cartuchos de plástico y aluminio que encierran 7 gramos de café molido y que se convirtieron en una nueva clase de culto cafeteril: en máquinas cromadas y sintéticas que se mudaron de la cocina al living, por arrogancia de diseño y evidente síntoma de estatus, preparan un *espresso* o un *lungo* en 25 segundos. Pero antes, el poseedor habrá comprado aquellas

mismas cápsulas que salen de una fábrica de Avenches en Internet o en una tienda exclusiva, jamás en un supermercado o un almacén, y habrá consentido en pagar por un café hogareño casi lo mismo que pagaría en un bar. Con el aporte de George Clooney, la superestrella de Hollywood que se la pasa tomando café, la estrategia de marketing de Nespresso, una de las divisiones más rentables de la multinacional Nestlé, reconvirtió los viejos despachos de café en boutiques ubicadas en las zonas más caras de las grandes ciudades, las avenidas Champs Elysee en París y Madison en Nueva York, o los barrios de Ipanema en Río de Janeiro y Recoleta en Buenos Aires.

Así les llaman ("boutiques") a esos imponentes locales vidriados y brillantes, en tanto el reflejo siga sugiriendo "lujo", con mayordomo en la puerta y donde las cápsulas de café, en variedades bautizadas como *grand crus*, se exhiben como joyas. Con su sistema cerrado (cada marca establece un vínculo indestructible entre cafetera y cápsula), aquellos viejos hippies del café encontrarían un motivo de rechazo al sentirse cautivos de una etiqueta. "Hay que sufrir para ser elegante", se escribió en un diario español de izquierda al denunciar "la moda engañosa de las cápsulas de café" y lamentarse por "la limitación de la libertad individual hecha atractiva con diseño y marketing". Es que el café se convirtió en un nuevo tipo de "saber social" valorado y compartido por esnobs, hedonistas, *hipsters*, y bo-bos, los "bohemios-burgueses" (en francés, *bourgeois bohemian*), los integrantes de una clase social posmoderna que, aun en la contradicción pero sin traumas, pretende fusionar la rebelión bohemia contra el materialismo con la ambición estética burguesa y están tan preocupados por la suerte de las antiguas colonias francesas como por el último perfume de la temporada, mientras comprueban que su café importado de la ex Indochina tenga el sello de "comercio justo".

"El movimiento *hipster* representa lo que les puede suceder a los blancos de clase media y a los pertenecientes de la elite cuando dedican todos sus esfuerzos a una lucha que solo busca el placer y el lujo", resumió el escritor Mark Greif en su ensayo *¿Qué fue "lo hipster"? Una investigación sociológica*. Si no se sabe bien cuál será la herencia cultural que deje esta generación cínica que consume tecnología y baila cumbia con espíritu irónico, esta "subcultura generada por el neoliberalismo", sí se sabe lo que toma: café. En un mundo apurado por encontrar la nueva-gran-cosa-nueva que reemplace la anterior, el café es el nuevo vino (acaso como tardío reconocimiento hacia lo que tomaban aquellos pastores de Abisinia y que se conoció como "el vino árabe"). Si hace treinta años se empezó a hablar de "varietales", "cepas" o "cosechas" ahí donde solo se distinguía entre el vino fino y el vino de mesa, el café ahora congrega a una legión de expertos, herederos de aquellos pioneros californianos

o recién seducidos por la atracción rutilante de las cápsulas. “Agite la bebida, cierre los ojos, hunda la nariz y, con un sorbo breve pero enérgico, ¡pruebe!”: con la misma combinación de hedonismo y profesionalidad de la cata etílica, el ritual se llama *cupping* y deriva de la palabra inglesa para definir una taza (*cup*): se trata de eso, de alinear una serie de pocillos simultáneos con variedades de la infusión, para apreciar y comparar entre unos y otros el color de la crema, la espesura de la espuma, la intensidad de su fragancia, la complejidad de sus olores, el gusto amargo, dulce, ácido o salado de su sabor, el peso sobre la lengua. En la búsqueda de experiencias nuevas que lo saquen del tedio cotidiano, el hombre citadino descubrió en el café un tónico estimulante y un tópico sobre el cual organizar sus conversaciones, en tanto aparezcan nuevos fetiches: las “cuevas” del café, pequeñísimos bares adonde el barista es un chamán al paso donde despliega su magia singular; los torneos de café, mundiales específicos donde los campeones no son brasileños o españoles sino yanquis o guatemaltecos; o la adoración por la preparación manual donde había reinado la máquina express: con cafeteritas como la Chemex o la Aeropress, apenas prismas o tubos de vidrio o plástico, papel, café molido y agua, sin partes móviles ni electricidad.

Es la Tercera Ola del café. Así le dicen quienes identificaron una Primera Ola en aquellas barras clásicas del siglo XX, urbanas o ruteras, en las que la infusión era una bebida eficiente y hasta fugaz para el hombre de a pie, y una Segunda Ola en el emporio global de Starbucks, que repartió por medio mundo una breve noción de las variedades (Guatemala, Kenia o Indonesia), pero también hizo del café el ingrediente para una bebida versátil y despersonalizada en su revoltijo con el hielo, el jarabe y el caramelo. En la Tercera Ola del café se valora el *expertise* al beber, las prácticas de comercio justo en las cosechas, el aprecio por las variedades exóticas y se podrá suponer que el barista pronto gozará del reconocimiento social que alcanzaron los DJs, los artistas callejeros o los cocineros que salen en la TV por cable. Aun comerciado como un *commodity*, después de toda una vida de consumo a granel en los monasterios de Etiopía o en las confiterías de la Revolución Francesa, el café se convirtió en una *delicatessen,* y se alienta su “maridaje” (otra palabra heredada del mundo del vino) con bombones de chocolate, cascaritas de naranja o bocaditos de queso, según venga de Latinoamérica, África o el sudeste asiático.

En la fábrica suiza de Nespresso, toda computarizada y eficiente, me distraigo ante unos televisores de pantalla plana alineados sobre la pared que muestran paisajes tan distantes de Suiza como cualquier paisito del Tercer Mundo. Son videos de plantaciones de café, filmados con el tono heroico y publicitario de los cortos de promoción turística:

adulterados con filtros que embellecen los cielos, romantizadas las faenas obreras, reconvertidos los nativos en modelos multicolor a lo Benetton, siempre sonrientes y felices de deslomarse para proveer un motivo de encuentro y sosiego en cada *coffee break* que se tomen un europeo o un yanqui. Me quedo en trance frente a los televisores. Con mi distracción, detengo el ritmo fabril de la visita y obligo al gerente de la planta a interrumpir su explicación y venir en mi búsqueda. Se llama Martin, es alemán y en su atildada eficiencia teutónica comprueba mi fascinación por esos videos en *loop* que los empleados de la fábrica miran una y otra vez mientras atienden las líneas de montaje o empaquetan el producto en coquetas cajitas de cartón: “Es para que entiendan que el proceso empieza mucho antes que ellos”, me explica.

Y en ese instante siento que por fin consigo entender cómo se superponen dos parábolas, la de mi vida como *homo coffea*, que empezó con el primer café con leche que mis padres me sirvieron en una mamadera y que terminará el día que dé mi último trago, y la de esta pócima mágica que estará al natural o encerrada en plástico, que puede tomarse fría o caliente, que fue bautizada por un Papa, que alentó guerras y revoluciones, que inspiró a poetas y a locos, pero que, entonces y ahora, en el principio y al final, solo será el noble fruto de la tierra: nada más y nada menos que una planta.

EPÍLOGO

La carta me marea, por exceso: si en su escasez espartana el menú típico de cualquier bar porteño aniquila la duda (apenas, “café” o “*espresso*”), en esta cafetería de entendidos se me ofrece “Colombia”, “Costa Rica” o “Etiopía”. Y pronto, si es cierto que el café tomará del vino el concepto de *terroir*, dentro de Colombia se me hará elegir entre Cauca, Santander o Armenia. Y después, entre fincas de distintos dueños. Y después, entre años de cosecha. Y además están los métodos de preparación, filtrado, colado o mecánico, y las bebidas, el cortado, el *cappuccino* o la lágrima, que multiplican las variables por cientos y que serán motivo de una angustia fugaz para el indeciso: yo mismo. Ante la duda, *espresso*. Con los años supe abrazar mi adicción sin reproches, culpas ni tormentos y hasta logré hacer de mi afición un pasatiempo apenas rentable. En cada reunión social, ahí donde deba aguantar las consultas sobre el desperfecto de una cafetera eléctrica con la estoica mansedumbre de un kinesiólogo ante la descripción del dolorcito ajeno, encontraré un consuelo íntimo: aun con mi humor melancólico o flemático, poco dado a las efusiones coléricas o sanguíneas, consigo la atención del auditorio, sin la arrogancia del que detecta imposibles notas aromáticas en un Malbec ni la ñoñez del que recita la genealogía completa de personajes de *La guerra de las galaxias*. Una vez más me permito citar a Honoré de Balzac, el brillante amante y detractor del café, un gurú personal en su lucha impar contra los demonios de los excitantes modernos: si es cierto que “nada es tan doloroso como ser como todo el mundo”, percibo que el prestigio social hoy anida en el saber específico, en tanto pueda hacerse común según el verbo de la época: compartir.

Como cliente más o menos frecuente, en el bar donde escribo estas últimas líneas se me consulta por el grado de tostado con que preparan el *espresso* y se me invita a degustar un *ristretto*, potentísimo. “Ojo que este sabe”, azuza el encargado al mozo que acá oficia de barista mientras me señala y, al final del examen, obsequio la calificación de un profesor bondadoso: el café está nueve puntos (si diez es lo perfecto, aun cuando sepamos que no existe pero insistamos en imaginarlo). Cuando elija un café de Colombia dedicaré unos segundos al recuerdo de José Duval, el actor cubano que no pudo sobrevivir al éxito de su único personaje, Juan Valdez. Y al cerrar los ojos, con el gesto excedido de todo el que quiera sentir que pasa por

un trance, me convenceré de estar inspirando el aroma de los cafetos de Manizales o Antioquia. También podré animar el anhelo de leer las aventuras del marino Gabriel-Mathieu de Clieu en un libro de la colección Robin Hood si pudiera volver a la inocencia de mi infancia. Si la tecnología y las máquinas permitieron que el mundo entre en un bolsillo, ¿cómo resistirme a la tentación de viajar a través de un pocillo y oler un puñado de tierra de las montañas costarricenses de Tarrazú o escuchar el balido de las cabras locas del pastor Kaldi? Es ahí cuando me veo animado a repetir las tres palabras que forman mi mantra personal, el conjuro ante la dificultad o la celebración de la ocasión feliz, las tres palabras que organizan mi día, el mundo módico en que me muevo, alrededor de una rutina que gira en torno al momento trascendental de cada taza y que aportan el sosiego que, aunque breve, me reconforta al saber que podrá repetirse, sin temblores ni desvelos, mientras la Tierra siga girando y yo pueda decir: “Mozo, otro café”.

BIBLIOGRAFÍA

Allen, Stewart Lee, *La taza del diablo; el café, la fuerza impulsora de la historia*, México, Océano, 2008.

Amado, Jorge, *Teresa Batista cansada de guerra*, Buenos Aires, Losada, 1972.

Artusi, Pellegrino, *La scienza in cucina e l'arte di mangiar bene*, Florencia, Giunti, 2009.

Austin, Michael W., *Coffee, Philosophy for Everyone*, Nueva Jersey, Wiley-Blackweel, 2011.

Balzac, Honoré de, *Tratado de los excitantes modernos*, Buenos Aires, Libros del Zorzal, 2008.

Barthes, Roland, *Mitologías*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2003.

Bernaza, Gonzalo, *Café, sabor y mística*, La Habana Instituto Cubano del Libro, 2009.

Brascó, Miguel, *Pasarla bien*, Buenos Aires, Sudamericana, 2006.

Butler, Blake, *Nada, retrato de un insomne*, Barcelona, Alpha Decay, 2012.

Carrére, Emmanuel, *Limónov*, Barcelona, Anagrama, 2013.

Darbonne, Caroline y Girard, Sylvie, *El café*, Barcelona, Reditar Libros, 2005.

De Mers, John, *The Community Kitchen's Complete Guide to Gourmet Coffee*, Nueva York, Simon & Schuster, 1986.

Douglas, Nik y Slinger, Penny, *Secretos sexuales, la alquimia del éxtasis: el arte amatorio de las civilizaciones más exquisitas*, Madrid, Inner Traditions, 1999.

Falgueras, Meritxell, *Presume de vinos en 7 días*, Barcelona, Salsa Books, 2010.

Freeman, James; Freeman, Caitlin y Duggan, Tara, *Blue Bottle Craft of Coffee*, Berkeley, Ten Speed Press, 2012.

Galeano, Eduardo, *Las venas abiertas de América latina*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2009.

Gates Gill, Michael, *Cómo Starbucks me salvó la vida*, Barcelona, Urano, 2008.

Greif, Mark, *¿Qué fue "lo hipster"? Una investigación sociológica*, Barcelona, Alpha Decay, 2011.

Harrison, Brian, *Drink and the Victorians, Temperance Question in England, 1815-1872*, Londres, Faber & Faber, 1971.

Hawking, Stephen, *Breve historia del tiempo*, Barcelona, Crítica, 1988.

Hess, Alan, *Googie: Fifties Coffee Shop Architecture*, San Francisco, Chronicle Books, 1986.

Hobsbawm, Eric, *Historia del siglo XX*, Barcelona, Crítica, 2012.

Honoré, Carl, *Elogio de la lentitud*, Buenos Aires, Del Nuevo Extremo, 2005.

Huse, Lars K., *A-Z Coffee*, Londres, Kaffikaze, 2012.

Karaoglu, Yasar, *Culto al café*, Barcelona, Océano Ambar, 2004.

Keoroglian, Laura, *Corazón de café*, Montevideo, Akhtamar, 2013.

Lévy, Bernard-Henri, *American Vertigo*, Barcelona, Ariel, 2007.

Lagorce, Stéphan, *Café, manual de degustación*, Barcelona, Larousse, 2009.

Lillywhite, Bryant, *London Coffee Houses*, Londres, G. Allen and Unwin, 1963.

Mancusi Sorrentino, Lejla, *Manuale del perfecto amatore del caffé*, Nápoles, Intra Moenia, 2003.

Martins, Ana Luiza, *História do Café*, San Pablo, Contexto, 2008.

Michelli, Joseph A., *La experiencia Starbucks*, Bogotá, Norma, 2007.

Michon, Pierre, *Rimbaud el hijo*, Barcelona, Anagrama, 1991.

Oldenburg, Ray, *The Great Good Place, Cafes, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and Other Hangouts at the Heart of a Community*, Cambridge, Da Capo Press, 1999.

Pendergrast, Mark, *Dios, Patria y Coca-Cola, la historia definitiva de la gaseosa más famosa del mundo y de la empresa que la produce*, Buenos Aires, Javier Vergara, 2001.

——, *El café, historia de la semilla que cambió el mundo*, Buenos Aires, Javier Vergara, 2002.

Pigna, Felipe, *Al gran pueblo argentino, salud*, Buenos Aires, Planeta, 2014.

Puig, Manuel, *Cae la noche tropical*, Buenos Aires, Planeta, 2012.

Rouvillois, Fréderic, *Historia del esnobismo*, Buenos Aires, Claridad, 2009.

Rubinstein, Jonathan y Rubinstein, Gabrielle, *Joe The Coffee Book*, Connecticut, Lyons Press, 2012.

Savage, John, *Teenage*, Nueva York, Viking, 2007.

Schultz, Howard, *El desafío Starbucks*, Madrid, Aguilar, 2011.

Shapiro, Peter, *La historia secreta del disco*, Buenos Aires, Caja Negra, 2012.

Smith, Patti, *Éramos unos niños*, Buenos Aires, Lumen, 2010.

Spark, Muriel, *Intriga en Venecia*, México, Lasser Press Mexicana, 1980.

Stella, Alain, *ABCdaire du Café*, París, Flammarion, 1998.

Ukers, William, *All About Coffee*, Nueva York, Tea and Coffee Trade Journal Company, 1922.

Vanier, Michel, *El libro del amante del café*, Palma de Mallorca, El cuerno de la abundancia, 2004.

Weinberg, Bennett Alan y Bealer, Bonnie K., *El mundo de la cafeína, la ciencia y la cultura en torno a la droga más popular del mundo*, México, Fondo de Cultura Económica, 2012.

Williams, Robert, *States and Social Evolution: Coffee and the Rise of National Governments in Central America*, Carolina del Norte, North Carolina University, 1994.

Wilson, Stevie, *Know Your Coffee*, Nueva York, Cursing coffee productions, 2013.

Wolfe, Tom, *Bloody Miami*, Barcelona, Anagrama, 2013.

Yasid, Nacira Z., *Aprenda a leer la borra del café*, Buenos Aires, Imaginador, 2004.